



IZVJEŠĆE O TURISTIČKOM PROMETU U TZG
RABA ZA RAZDOBLJE
OD 1.1.2021. DO 31.12.2021.

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA i
FINANCIJSKOG PLANA
TZG RABA
ZA 2021. GODINU

USVOJENO NA V. SJEDNICI SKUPŠTINE TZG RABA 29.03.2022.

OŽUJAK 2022.

1. IZVJEŠĆE O TURISTIČKOM PROMETU U TZG RABA ZA RAZDOBLJE OD 01.01.2021. DO 31.12.2021.

PREGLED BROJA TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA PO KAPACITETIMA

OPIS	KAPACITET	BR.TURISTA	Index 21/20.	BR.NOĆENJA	Index 21/20.	DANI POPUNJENJA 2021
HOTELI	1 249	28 464	251	133 289	223	107
Valamar Collection Imperial Hotel	206	4 106	205 300	19 248	8 709	93
Hotel Arbiana	57	1 415	247	5 035	245	88
Valamar Carolina Hotel	276	4 530	213	27 080	191	98
Hotel International	260	3 909	148	16 149	141	62
Valamar Padova Hotel	350	12 483	263	57 734	210	165
Pansion Tamaris	28	461	309	2 139	238	76
Hotel Villa Barbat	26	386	192	1 897	201	73
Integralni hotel Ville Arbia	46	1 174	127	4 007	152	87
TURISTIČKO NASELJE	235	1 663	191	12 017	187	51
App. Suha Punta Sunny Residence	195	1 151	198	9 178	195	47
Ville Carolina	40	512	177	2 839	165	71
KAMPOVI	1 726	18 951	166	136 558	162	79
Padova Camping Resort	1 509	15 876	169	119 730	164	79
Lando Resort	108	1 497	141	8 548	129	79
Kamp Planka	25	141	142	1 126	99	45
Kamp Sole	24	72	126	469	99	20
Kamp Wodenča	60	1 365	171	6 685	220	111
PRENOĆIŠTE	36	113	135	1 052	140	29
OBIT.SMJEŠTAJ	13 660	91 080	138	750 481	131	55
OBRITNICI I TVRTKE	1 144	8 891	145	62 762	140	55
NEKOMERCIJALN I SMJ.DOM.STA.	2 000	1 819	123	24 053	112	12
VIKENDAŠI	4 187	4 177	95	91 324	86	22
UKUPNO	24 237	155 158	153	1 211 536	135	50

U 2021. godini je u hotelima ostvareno 151% više dolazaka i 123% više noćenja u odnosu na 2020. godinu. Turistička naselja ostvarila su 91 % više dolazaka i 87 % više noćenja. Kampovi su u 2021. godini ostvarili 66% više dolazaka i 62% više noćenja. U prenoćištu je ostvareno 35% više dolazaka, te 40% više noćenja u odnosu na 2020. godinu. U obiteljskom smještaju bilježimo 38% više dolazaka i 31% više noćenja u odnosu na 2020. godinu. Obrtnici i manje tvrtke ostvarili su 45% više dolazaka i 40% više noćenja.

U nekomercijalnom smještaju domicilnog stanovništva ostvareno je 23% više dolazaka, a broj noćenja je povećan za 12%. u 2021. godini je kod vlasnika vikendica ostvareno 5% manje dolazaka i 14% manje noćenja u odnosu na lani.

U 2021. godini hotel Eva Sunny Hotel i Bungalovi Suha Punta Sunny Residence nisu poslovali.

PREGLED BROJA OSTVARENIH NOĆENJA NA OTOKU RABU U 2021. GODINI

TURISTIČKA ZAJEDNICA	OSTVARENA NOĆENJA
TZG RABA	1 211 536
TZ OPĆINE LOPAR	629 106
UKUPNO	1 840 642

U 2021. godini je na otoku Rabu ostvareno 37% više noćenja u odnosu na 2020. godinu.

NOĆENJA OSTVARENA PO MJESTIMA 01.01.2021. - 31.12.2021.

MJESTO	OBITELJSKI SMJEŠTAJ PAUŠAL	OBRTNICI I TVRTKE	HOTELI, HOSTEL+ NASELJE	PRENOĆIŠTE	KAMP	NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	UKUPNO
BANJOL	187 152	16 978	61 826		119 730	32 596	418 282
BARBAT	171 124	4 366	1 897		6 685	38 033	222 105
KAMPOR	115 764	18 074	39 097		10 143	12 511	195 589
MUNDANIJE	13 506					3 237	16 743
PALIT	108 014	7 736	21 385			15 277	152 412
RAB	11 404	698	21 101	1 052		3 237	37 492
SUP.DRAGA	143 517	14 910				10 486	168 913
UKUPNO	750 481	62 762	145 306	1 052	136 558	115 377	1 211 536

NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ 01.01. – 31.12.2021.

Objekt Podvrsta objekta	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Dolasci Index	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Noćenja Index
Kuća stanovnika općine/grada	1.722	1.403	122,74	22.555	20.201	111,65
Kuća za odmor (vikendica)	2.786	3.033	91,86	61.037	70.303	86,82
Stan stanovnika općine/grada	97	74	131,08	1.498	1.321	113,40
Stan za odmor (vikendica)	1.391	1.359	102,35	30.287	36.256	83,54
Ukupno	5.996	5.869	102,16	115.377	128.081	90,08

U nekomercijalnom smještaju ostvareno je 2% više dolazaka, a broj noćenja je 10% manji u odnosu na 2020. godinu.

KUĆE I STANOVI ZA ODMOR 2021.

Vlasnici kuća i stanova za odmor dužni su temeljem Zakona o turističkoj 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 turističku pristojbu bilo po noćenju ili paušalu. Vlasnici kuća i stanova za odmor plaćaju turističku 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 turističke 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 ZA PRVIH DVANAEST MJESECI 2021.GODINE**

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	404	1 519	1 020	499	32 660
BANJOL	240	1 086	728	358	24 824
PALIT	188	574	449	125	12 677
SUP. DRAGA	85	354	200	154	6 457
KAMPOR	108	423	246	177	9 681
RAB	49	149	106	43	2 531
MUNDANIJE	24	72	42	30	2 494
UKUPNO :	1098	4 177	2 791	1 386	91 324
2020 g	1 056	4 392	3 140	1 252	106 649

TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA U 2021. GODINI SA USPOREDBOM U 2020. GODINI

Datum	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
2021/01 / 2020/01	68	156	43,59	1.016	1.500	67,73
2021/02 / 2020/02	109	239	45,61	1.053	1.547	68,07
2021/03 / 2020/03	307	275	111,64	2.170	3.084	70,36
2021/04 / 2020/04	1.330	32	4.156,25	5.562	2.648	210,05
2021/05 / 2020/05	3.433	782	439,00	17.817	4.628	384,98
2021/06 / 2020/06	18.899	14.068	134,34	115.694	87.280	132,55
2021/07 / 2020/07	51.798	39.598	130,81	397.129	343.447	115,63
2021/08 / 2020/08	57.076	40.134	142,21	489.680	367.079	133,40
2021/09 / 2020/09	18.037	5.525	326,46	161.114	73.324	219,73
2021/10 / 2020/10	3.263	531	614,50	16.288	7.240	224,97
2021/11 / 2020/11	157	155	101,29	1.568	2.877	54,50
2021/12 / 2020/12	681	122	558,20	2.445	1.592	153,58
Ukupno:	155.158	101.617	152,69	1.211.536	896.246	135,18

TURISTIČKI PROMET PO DRŽAVAMA OD 01.01. DO 31.12.2021.

Država	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Njemačka	52.688	37.271	141,36	498.781	378.933	131,63
Hrvatska	21.218	16.912	125,46	149.875	155.187	96,58
Austrija	21.739	8.027	270,82	144.415	63.782	226,42
Slovenija	13.034	9.930	131,26	97.763	78.017	125,31
Mađarska	11.098	6.130	181,04	63.527	36.881	172,25
Češka	8.100	6.330	127,96	59.083	46.716	126,47
Italija	6.234	4.173	149,39	48.569	37.906	128,13
Poljska	5.110	4.344	117,63	38.282	32.056	119,42
Slovačka	4.452	2.297	193,82	33.036	16.986	194,49
Srbija	1.106	661	167,32	11.499	7.197	159,77
Švicarska	1.620	785	206,37	8.811	5.799	151,94

Nizozemska	1.267	400	316,75	8.481	2.869	295,61
Belgija	973	578	168,34	7.589	5.168	146,85
Rumunjska	1.100	826	133,17	6.780	5.394	125,70
Bosna i Hercegovina	681	437	155,84	5.622	5.212	107,87
Francuska	881	502	175,50	3.789	2.656	142,66
Ukrajina	318	270	117,78	2.727	2.427	112,36
Rusija	354	182	194,51	2.520	1.548	162,79
Makedonija	200	78	256,41	2.265	1.656	136,78
Danska	325	171	190,06	2.017	1.123	179,61
Ujedinjena Kraljevina	316	236	133,90	1.802	1.146	157,24
Ostale afričke zemlje	282	88	320,45	1.773	571	310,51
SAD	338	105	321,90	1.727	570	302,98
Australija	215	85	252,94	1.381	602	229,40
Švedska	257	95	270,53	1.290	646	199,69
Crna Gora	41	12	341,67	761	166	458,43
Litva	115	29	396,55	684	366	186,89
Ostale azijske zemlje	96	42	228,57	556	253	219,76
Norveška	50	8	625,00	516	146	353,42
Španjolska	120	76	157,89	487	486	100,21
Kanada	46	31	148,39	477	422	113,03
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	64	47	136,17	435	258	168,60
Luksemburg	53	19	278,95	426	78	546,15
Ostale europske zemlje	42	47	89,36	264	343	76,97
Turska	42	34	123,53	243	263	92,40
Kosovo	34	52	65,38	241	389	61,95
Letonija	52	8	650,00	233	45	517,78
Kina	41	21	195,24	220	106	207,55
Južnoafrička Republika	11	5	220,00	219	34	644,12
Bjelorusija	31	16	193,75	214	150	142,67
Bugarska	34	28	121,43	199	194	102,58
Brazil	24	16	150,00	188	108	174,07
Kazahstan	31	33	93,94	187	250	74,80
Portugal	40	15	266,67	183	124	147,58
Albanija	24	19	126,32	158	158	100,00
Finska	27	8	337,50	148	70	211,43
Estonija	37	5	740,00	143	15	953,33
Tajland	27	8	337,50	130	19	684,21
Irska	22	14	157,14	92	101	91,09
Makao, Kina	1	0	0,00	89	0	0,00
Meksiko	12	8	150,00	78	46	169,57
Ujedinjeni Arapski Emirati	4	3	133,33	60	89	67,42
Japan	17	8	212,50	58	40	145,00
Grčka	11	17	64,71	51	87	58,62
Ostale zemlje Oceanije	12	2	600,00	48	8	600,00
Indija	7	3	233,33	46	4	1.150,00
Argentina	9	9	100,00	45	33	136,36
Izrael	14	30	46,67	45	108	41,67
Čile	7	1	700,00	43	3	1.433,33
Novi Zeland	9	4	225,00	38	67	56,72
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	6	11	54,55	36	64	56,25
Indonezija	15	0	0,00	34	0	0,00
Lihtenštajn	7	8	87,50	15	72	20,83
Island	5	0	0,00	13	0	0,00
Tunis	2	0	0,00	11	0	0,00
Koreja, Republika	6	0	0,00	9	0	0,00
Maroko	2	6	33,33	4	29	13,79

Oman	1	0	0,00	4	0	0,00
Hong Kong, Kina	1	0	0,00	1	0	0,00
Cipar	0	0	0,00	0	0	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	4	0,00
Tajvan, Kina	0	0	0,00	0	0	0,00
Strani turisti:	133.940	84.705	158,13	1.061.661	741.059	143,26
Domaći turisti:	21.218	16.912	125,46	149.875	155.187	96,58
UKUPNO:	155.158	101.617	152,69	1.211.536	896.246	135,18

TURISTIČKA ČLANARINA – Raspodjela prihoda po korisnicima 01.01. - 31.12.2021.

KORISNIK	IZNOS
Prolazni račun	724.193,15
TZ općine/grada (55,9%)	404.823,97
TZ Županije (12,9%)	93.420,92
HTZ (17,2%)	124.561,22
Porezna uprava /troškovi vođenja računa/ (3%)	21.725,79
HTZ potpore nerazvijenima (9%)	65.177,39
Udružene turističke zajednice (2%)	14.483,86

TURISTIČKA PRISTOJBA – raspodjela po korisnicima 1.1. - 31.12.2021.

KORISNIK	IZNOS
Prolazni račun	5.294.834,13
Crveni križ (1%)	52.948,34
Pristojba za udružene TZ (2,00%)	105.896,68
Programi i projekti na turistički nerazvijenim područjima (3,50%)	185.319,19
HTZ (18,70%)	990.133,99
TZ Županije (14,03%)	742.865,23
TZG Rab (42,54%)	2.252.422,44
Grad Rab (18,23%)	965.248,26

ZADUŽENJE I UPLATE TURISTIČKE PRISTOJBE ZA TEKUĆE RADOBLJE (01.01. – 31.12.2021) I RAZDOBLJE PRIJE 2021. GODINE

VRSTA OBJEKTA	ZADUŽENJE 2021.	UPLATA ZA 2021.	PREPLATA IZ RAZ. RANIJE	DUG ZA 2021.	DOSPJELI DUG 2021.	NEDOSPJELI DUG 2021.	PREPLATA IZ 2021.	OSTAT. PREPL. IZ RAZ. PRIJE
HOTELI I NASELJA	1 181 291,50	1 181 171,50	120,00	0,00	0,00	0,00	772,65	0,00
KAMPOVI	941 492,50	941 492,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00
PRENOĆIŠTE	8 765,00	8 765,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OBRTNICI I MANJE TVRTKE	480 472,00	433 772,00	1 800,00	44 900,00	44 900,00	0,00	29,40	1 398,00
IZNAJMLJIVAČI PO PAUŠALU	2 436 022,50	2 345 268,99	8 949,37	81 804,14	81 804,14	0,00	4 282,35	4 550,11
VIKENDAŠI	215 204,50	205 201,93	2 703,31	7 299,26	7 299,26	0,00	2 933,06	7 912,46
KAMATE PO OVRSI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	103,88
						0,00		
UKUPNO	5 263 248,00	5 115 671,92	13.572,68	134 003,40	134 003,40	0,00	8 017,48	13 964,45

DUG TURISTIČKE PRISTOJBE IZ RAZDOBLJA PRIJE 2021. GODINE

VRSTA OBJEKTA	STARI DUG	UPLATA	OSTATAK DUGA
HOTELI I NASELJA	0,00	0,00	0,00
KAMPOVI	3 083,00	3 083,00	0,00
PRENOČIŠTE	0,00	0,00	0,00
OBRTNICI I MANJE TVRTKE	75 809,75	16 802,00	59 007,75
IZNAJMLJIVAČI PO PAUŠALU	433 364,49	137 355,83	296 008,66
VIKENDAŠI	20 388,09	13 794,90	6 593,19
KAMATE PO OVRSI	5 974,45	109,00	5 865,45
UKUPNO	538 619,78	171 144,73	367 475,05

**IZVJEŠTAJ O PRODANOM PROMIDŽBENOM MATERIJALU
U 2021. GODINI**

STANJE BICIKLISTIČKIH KARATA NA DAN 31.12.2021.

STANJE NA DAN 01.01.2021	137	5.480,00 kn
PRODANO do 31.12.2021.	92	3.680,00 kn
POVUČENO IZ PRODAJE	45	1.800,00 kn
STANJE na dan 31.12.2021.	0	0,00 kn

2. IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA I FINACIJSKOG PLANA TZG RABA ZA 2021. GODINU ZA RAZDOBLJE 1.1. – 31.12.2021.

U skladu s odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) turističke zajednice izrađuju i donose Izvješće o izvršenju programa rada koje obvezno sadržava podatke o:

- izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdacima izvršenja programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdacima za poslovanju turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice
- ostvarenju prihoda po izvorima
- finacijskom rezultatu poslovanja
- usporedbi finacijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja
- analizi i ocjeni izvršenja programa te procjeni učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma.

Izvješće o izvršenju programa rada obvezno sadrži tekstualni dio u kojemu je potrebno iskazati detaljan i precizan opis svih pojedinačno ostvarenih prihoda, planiranih i izvršenih aktivnosti, podatke o ostvarenju dugoročnih i kratkoročnih ciljeva, podatke o ostvarenom turističkom prometu te tablični dio u kojemu je potrebno iskazati usporedbu realiziranih aktivnosti s pojedinačno planiranim aktivnostima. Uz detaljan i precizan opis svih pojedinačno ostvarenih prihoda i aktivnosti, turističke zajednice obvezne su u izvješću o izvršenju programa rada iskazati detaljan opis okolnosti koje su za posljedicu imale da se pojedini planirani prihodi i nisu ostvarili i/ili da su se ostvarili u manjem obujmu u odnosu na prvobitni plan.

PRIHODI	3.460.092,45 kn
----------------	------------------------

1. IZVORNI PRIHODI	2.997.850,14 kn
---------------------------	------------------------

Turistička zajednica planirala je izvorne prihode za 2021. u iznosu od 3.697.442,52 kn od čega je dio od 3.073.495,02 kn planiran od turističke pristojbe dok je dio od 623.947,50 kn planiran od članarine. Uslijed novonastale situacije vezane uz pandemiju korona virusa koja je za posljedicu imala značajan pad turističkog prometa te samim time i značajan pad priljeva turističke pristojbe i članarine, ostvareni su izvorni prihodi u iznosu od 2.997.850,14 kn što predstavlja smanjenje za 19% u odnosu na plan. Također, na smanjenje realizacije izvornih prihoda utjecale su i izmjene propisa kojima je pojedinim obveznicima umanjen iznos obveze po osnovi turističke pristojbe, dok su pojedini obveznici oslobođeni plaćanja iste.

Od ostvarenih 2.997.850,14 kn izvornih prihoda, 2.593.026,17 kn se odnosi na turističku pristojbu, a 404.823,97 kn na članarinu.

Nadalje, od 2.593.026,17 kn prihoda od turističke pristojbe, 340.807,60 kn se odnosi na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu.

Realizacija izvornih prihoda:

Turistička pristojba – 2.593.026,17 kn

Članarina – 404.823,97 kn

2. PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE/GRADA/ŽUPANIJE I DRŽAVNOG PRORAČUNA

Iako se apliciralo na jedan od natječaja PGŽ – a (o čemu je izvješteno TV TZG Rab), sredstva nisu odobrena. Ostali natječaj koji su raspisani, nisu predviđali mogućnost apliciranja iz sustava turističkih zajednica.

3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

128.957,05 kn

Strukturu ovih prihoda čine prihodi kao što su sufinanciranje manifestacija (HTZ za Rabsku fjeru) koje zbog situacije s koronavirusom nisu izvršene kao prethodnih godina. Također se tu bilježe sufinanciranje PR – a i novinara (od strane HTZ, TZ Kvarner i TZO Lopar), te je ono ostvareno u visini od cca 50.000,00 kuna sa HTZ – om za Rabsku fjeru. Nadalje, u iznosu od 30.000,00 kuna sufinanciran je Rab Island Hero također od strane HTZ – om. Sufinanciranje sajмова i prezentacija (od strane TZO Lopar za sufinanciranje sajмова i prezentacija koje se zajednički odrađuju) ove godine nisu ostvareni jer sajmovi nisu održani. Sufinanciranje udruženog oglašavanja s TZO Lopar (koje se dalje udružuje s TZ Kvarner i HTZ) je izvršeno u iznosu od 20.000,00 kuna. Tiskani materijal je sufinanciran od strane TZO Lopar, tako da se sufinancirao Imidž katalog, Rab experience brošura, info karta otoka i grada. Projekt e Nautika je ugašen od strane Ministarstva koji su ga pokrenuli.

Realizacija:

HTZ – 84.784,55 kn

TZO Lopar – 44.172,50 kn

4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

0,00 kn

4.1. PRIHODI IZ NATJEČAJA LAGUR – A

Programom rada i Financijskim planom za 2021. godinu planirana je realizacija projekta „Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva Grada Raba“, financirana iz EU fondova preko Ministarstva poljoprivrede – Uprave za ribarstvo. Realizacija projekta planirana je u fazama. Međutim, radi epidemije korona virusa početak rada na projektu je kasnio, pa je 1. faza projekta fakturirana tek u prosincu 2021. godine 2021. godini u iznos od 243.300,00 kuna. Plaćanje dobavljaču 1. faze projekta izvršeno je iz prihoda TZG, što je sukladno Ugovoru o financiranju, a u siječnju 2022. godine podnesen je Zahtjev za isplatu (refundaciju), pa će sredstva biti isplaćena nakon kontrola dostavljene dokumentacije od strane nadležnih tijela Ministarstva.

Realizacija cijelog projekta očekuje se tijekom 2022. godine.

Realizacija:

TZG Rab – 0,00 kn

5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI

3.680,00 kn

Prihodi od gospodarske djelatnosti ostvareni su jedino u dijelu prodaje biciklističke karte otoka.

Realizacija:

TZG Rab – 3.680,00 kn

6. PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE

301.633,77 kn

Preneseni višak prihoda je u visini iskazanog podatka iz 2. Rebalansa TZG Rab za 2021. godinu.

Realizacija:

TZG Rab – 301.633,77 kn

7. OSTALI PRIHODI

27.971,49 kn

Pod ovim su se prihodima planirala sufinanciranja manifestacija, međutim s obzirom na situaciju i smanjivanje broja manifestacija, za ovu godinu se ostvarilo sufinanciranje izrade TV priloga „Kvarner Inseln“ od strane TZO Lopar. Prilog je izrađen u suradnji sa ostalim kvarnerskim otocima: Krkom, Cresom i Malim Lošinjem, dok je Imperial Riviera d.d. sufinancirao sa 5.000,00 kuna oglašavanje s avio prijevozniciima.

Ostali prihod u iznosu od 2.925,12 kuna odnose se na povrat kamata na leasing prema ugovoru za auto iz prethodnih godina, te na kamata na depozit i naplatu štete od Croatia osiguranja.

Realizacija:

TZO Lopar – 20.000,00 kn

Imperial Riviera d.d. – 5.000,00 kn

Kamate i naknada štete – 2.925,12 kn

AKTIVNOSTI

2.470.457,88 kn

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

10.000,00 kn

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Ove godine nije realizirana izrada ovakvih dokumenata, s obzirom da su planirani izvršeni u protekloj godini, a novi nisu zasad predviđeni.

1.2. Istraživanje i razvoj tržišta

10.000,00 kn

1.2.1. Mystery guest

Odlukom Turističkog vijeća na XXII. sjednici od 8.12.2020., sredstva su prenamijenjena na aktivnost 7. Rezerva.

1.2.2. Istraživanje tržišta s Feel IQM – om

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

S tvrtkom Feel IQM je u 2021. godini započeo rad na mjerenju kvalitete destinacije. Jedna od obveza Feel IQM -a i Ureda TZG Rab je istraživanje mišljenja stanovnika o turizmu u destinaciji, koje se provodi online anketom.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Grad Rab i Turistička zajednica grada Raba, u suradnji s tvrtkom Feel IQM, a u sklopu projekta IQM Destination Rab proveli su nulto istraživanju mišljenja stanovništva o turizmu grada Raba. Najveći postotak ispitanika, njih čak 82%, produljenje sezone označio kao najvažniji element. Slijede prometna povezanost (55% ispitanika), te uređenje plaža na novim pozicijama (49% ispitanika). Najrjeđe označen element je sigurnost, koju je navelo 27% ispitanika. Razvoj cjelogodišnjeg turizma čak 94% ispitanika označava kao ispravan smjer. Iz ovoga se može zaključiti kako su stanovništvu grada Raba trenutno najbitniji čimbenici oni koji bi omogućili produžetak sezone. Kod navođenja najkvalitetnijih posebnosti destinacije u odnosu na konkurenciju ispitanici su istaknuli očuvanu prirodu, razvedenost obale, kulturnu baštinu, 4 zvonika, Rabsku fjeru, geološka i arheološka nalazišta, ugostiteljsku ponudu, te kvalitetnu prometnu povezanost i dostupnost automobilom.

Najvećim izazovima u turizmu Raba u narednih 5 godina ispitanici smatraju: rad na održivom turizmu, održanje kvalitete smještaja i ponude, produljenje sezone, uređenje plaža i infrastrukture, omogućavanje bolje prometne povezanosti, osmišljeniju ponudu sadržaja za mlade, ukidanje apartmanizacije, ukidanje nelegalnog iznajmljivanja te podupiranje lokalnih OPG-ova.

Uzimajući u obzir kvalitetu ponude na Rabu, najbolje ocjene na skali od 1 do 7 dobili su: Rabaska fjera 3.8, kvaliteta izleta morem 3.55 i kvaliteta ugostiteljske ponude 3.46. Najlošije su ocijenjeni suveniri s Raba ocjenom 2.56 te autohtona gastronomija sa 2.78. Kvaliteta usluge u cijeloj destinaciji ocijenjena je sa 3.10. Iz ovih se rezultata da iščitati kako je Rabaska fjera još uvijek najbolji turistički proizvod Raba, ali kako svakako treba poraditi na ponudi vezanoj uz lokalne proizvode.

Vezano za informiranost stanovnika i turista o ponudi grada Raba 57% ispitanika ocijenilo je da ima dovoljno informacija o izletima morem, 54% ispitanika smatra da imaju dovoljno informacija o Rabskoj fjeri, dok je tek 9% ispitanika navelo da ima dovoljno informacija o wellness ponudi. Tek 12% ispitanika smatra da postoji dovoljno informacija o sportskoj ponudi te 14% o mogućnostima organizacije posebnih evenata, pa zaključujemo da su to kategorije kojima treba poboljšati pristup informacijama.

U provedenom istraživanju ispitanici su trebali navesti koja su mišljenja turista o Rabu izvan glavnih ljetnih mjeseci. Najčešći odgovori su bili kako se radi o pustom gradu, mirnom, bez dovoljne gastronomske ponude. Ali unatoč tome ispitanici smatraju da je Rab ugodan, prekrasne prirode te odlično mjesto za odmor.

Navode također da u pred i pod sezoni turisti hvale lijepo vrijeme, manjak gužve, mir, prirodu i jeftiniji smještaj. Prema ispitanicima, turistima u pred i pod sezoni nedostaje sadržaja u kišnim danima, smatraju da je nedovoljno sadržaja za djecu i mlade, malo otvorenih restorana i sadržaja gdje bi mogli provoditi vrijeme. Za primjer navode muzej ili sličan prostor za prezentaciju kulturno – povijesne baštine grada. Za vrijeme glavne sezone, prema navodima ispitanika, turisti hvale lijepu prirodu, ugodnu klimu, kvalitetu gastro ponude, ljubaznost domaćina, Rabsku fjeru, brodske izlete te sadržaje zabavnih programa. Uz to navodi se i mogućnost trčanja, bicikliranja i boravka u prirodi.

Dok traje glavna sezona (srpanj, kolovoz), turistima najviše smetaju gužve, manjak parkirnih mjesta, više cijene usluga, te manjak sadržaja za mlade. Ističe se i manjak suradnje turističkih dionika na cjelokupnoj ponudi Raba, što je i konačni cilj ovog projekta. Kvaliteta plaža ocijenjena je ocjenom 4.32, dok je kvaliteta sadržaja na plažama ocijenjena sa 3.23. Kvaliteta događanja u 2019. godini ocijenjena je ocjenom 4, a čistoća i urednost Raba ocjenom 4.21. Ukupni dojam turizma na Rabu ocijenjen je sa 3.91, te se iz navedenog može zaključiti kako je Rab ostvario solidnu četvorku u temeljnoj turističkoj ponudi.

Najvećim izazovima u turizmu Raba u narednih 5 godina ispitanici smatraju: rad na održivom turizmu, održanje kvalitete smještaja i ponude, produljenje sezone, uređenje plaža i infrastrukture, omogućavanje bolje prometne povezanosti, osmišljeniju ponudu sadržaja za mlade, ukidanje apartmanizacije, ukidanje nelegalnog iznajmljivanja te podupiranje lokalnih OPG-ova.

Velika je sezonalnost rapskog turizma i ona se odražava na poslovanje tijekom godine. O njoj mnogo govori i podatak da 36% ispitanika posluje tri mjeseca u godini, 16% dva mjeseca, 11% šest mjeseci, dok cijelu godinu posluje svega 10% ispitanika.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZG Rab, Feel IQM d.o.o., partneri projekta su predstavnici privatnog i javnog sektora: hotelijeri, kampovi, privatni smještaj, restorani, lokalni proizvođači, turističke agencije, suvenirnice, trgovine, komunalna društva u destinaciji, odgojno-obrazovne ustanove, udruge, sportski klubovi, zadruge i sl.

Realizacija: 10.000,00 kn

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Odlukom Turističkog vijeća na XXII. sjednici od 8.12.2020., sredstva su prenamijenjena na aktivnost 7. Rezerva.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

487.267,26 kn

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda 19.023,45

2.1.1. Destinacijski brend menadžment

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Osmišljavanje grafičkih rješenja koja se koriste na internetskim portalima ili u novinama.

Ostvareni cilj aktivnosti: Od niže navedenih partnera zatražena su grafička rješenja koja su se zatim koristila za marketinške aktivnosti kao npr. reklama za magazin Yachts Croatia, online kampanje (samostalno i udruženo) gdje je bilo potrebno izraditi tzv. bannere za web stranice, grafička rješenja za mrežnu stranicu (npr. blagdanske čestitke koje se šalju putem maila, banneri za mrežnu stranicu) i slično.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Rab, Mladen Šćerbe, Rab Bit j.d.o.o., Obrt DM

Realizacija: 9.023,45 kn

2.1.2. Osmišljavanje novih turističkih proizvoda za grupe i individualce

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Tvrtka Feel IQM svake srijede putem online platforme Zoom provodi edukacije u kojima se prolazi razne teme, a koje su interesantne turističkim zajednicama, ugostiteljima, iznajmljivačima, hotelijerima i svima ostalima koji su involvirani u turizam. Sve turističke zajednice koje su uključene u projekt IQM Destination, imaju mogućnost sudjelovanja te pristupu navedenim edukacijama.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Na tematskim koordinacijama konkretiziraju se destinacijski turistički proizvodi i razrađuje se način implementacije svakog proizvoda u svaki segment destinacije. Teme koje su obrađene na koordinacijama:

- Privatni smještaj
- Profitabilno brendiranje
- Upravljanje cijenom u integralnom upravljanju
- Ruralni turizam
- Turistički lanac vrijednosti
- Pozicioniranje destinacije
- Digitalni marketing
- Destinacijski management
- Usklađivanje sa strategijama i temeljnim dokumentima
- Kulturni turizam, living history, ekonomija doživljaja
- Event management
- Zdravlje – inventarizacija resursa, osmišljavanje novih proizvoda, promocija
- Promocija prirodnih resursa
- Tematski objekti
- Financijsko upravljanje u smještajnim objektima
- Mjerenje učinkovitosti integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji
- Održivi razvoj - Uspostava mjerenja indikatora održivog razvoja u destinaciji

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Rab, Feel IQM, partneri projekta su predstavnici privatnog i javnog sektora: hotelijeri, kampovi, privatni smještaj, restorani, lokalni proizvođači, turističke agencije, suvenirnice, trgovine, komunalna društva u destinaciji, odgojno-obrazovne ustanove, udruge, sportski klubovi, zadruge i sl.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Rab, Feel IQM

Realizacija: 10.000,00 kn

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

13.464,10 kn

2.2.1. Oznake kvalitete u suradnji s TZ Kvarner

Ove godine nije bilo interesenata za Kvarner family obilježje.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Rab, TZ Kvarner

Realizacija: 0,00 kn

2.2.2. Originalni rapski suvenir

Detaljan i precizan opis aktivnosti: S obzirom da se u 2020. preskočilo s dodjelom markice „ORS“, raspisan je natječaj te su oznake ORS dodijeljene onim proizvođačima čiji su proizvodi udovoljili kriterijima natječaja.

Komisija za dodjelu markice ORS bila je sastavljena od tri člana, među kojima su bili predstavnik TZG-a Raba i dva vanjska suradnika (stručnjak s područja povijesti umjetnosti i stručnjak na području primijenjene umjetnosti). Za dobivanje markice „Originalni rapski suvenir“, svakom je suveniru Komisija morala u ukupnom zbroju dati minimalno 105 bodova od mogućih 150, odnosno minimalno 70% od ukupnog zbroja bodova koje daju tri člana Komisije.

Ostvareni cilj aktivnosti: Markice originalnog rapskog suvenira za 2021. godinu dodijeljene su Ani Skušek Paparić iz tvrtke Trstika za vješalicu za ključeve ili maske »Četiri zvonika« (silueta grada na naplavini), magnet »Rapska ovca«, privjesak »Smokva«, privjesak »Galeb« i naušnice »Rapska riba«, Anđelku Brni za »Ukrasno«, nosivu svilenu maramu s konturom grada Raba, OPG-u Rabpur za mješavinu za kađenje te obrtu Tatiana, vlasnice Tatiane Loborec, za Rapski kišobran.

Određene količine novoizabranih ORS – a su i naručene za potrebe Ureda i TIC – a TZG Rab, u svrhu poklona za uvažene goste te novinare.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Rab

Realizacija: 3.464,10 kn

2.2.3. Sustav označavanja kvalitete s Feel IQM – om

Detaljan i precizan opis aktivnosti: IQM Destination standardi u destinaciji prilagođavaju se autentičnosti i pozicioniranju destinacije. Tijekom implementacije standarda prate se promjene u kvaliteti, održavaju se individualne i grupne koordinacije sa subjektima, proaktivno se sudjeluje u rješavanju izazova te se inoviraju poslovna rješenja individualnim pristupom, u vidu preporuka za poboljšanje poslovanja. Koncept IQM Destination projekta prilagođen je potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu, te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom.

Ostvareni cilj aktivnosti: Za potrebe destinacije Grad Rab izrađene su knjige standarda za ugostitelje, iznajmljivače, hotelijere i ostale djelatnosti u turizmu. Knjige standarda pomažu svim dionicima turizma za koje su namjenjene, kako bi pratili u kojem smjeru trebaju djelovati, te održavati nivo kvalitete. IQM Destination standardi u destinaciji prilagođavaju se autentičnosti i pozicioniranju destinacije. Koncept IQM Destination projekta prilagođen je potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu, te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom.

Primjer nekoliko minimalnih standarda za IQM Destination objekte (svaki dionik dobiva svoju knjigu standarda, ovisno o djelatnosti koju obavlja):

- nivo kvalitete usluge i ponude u objektu min 80/100
- učešće u ukupnoj ponudi objekta min. 25 % proizvoda lokalnih proizvođača
- suvenirnica u ponudi ima min. 25 % lokalnih proizvoda.
- preporuka tematiziranih objekata usklađenih sa ambijentom i tradicijom destinacije.
- proizvodni klubovi na temu pozicioniranja
- korištenje lokalnih prirodnih proizvoda i eteričnih ulja destinacije
- obvezna preporuka min. 10 destinacijskih partnera, sinergija u destinaciji, poticaj na izvrsnost

Nositelj: TZG Rab, Feel IQM, partneri projekta su predstavnici privatnog i javnog sektora: hotelijeri, kampovi, privatni smještaj, restorani, lokalni proizvođači, turističke agencije, suvenirnice, trgovine, komunalna društva u destinaciji, odgojno-obrazovne ustanove, udruge, sportski klubovi, zadruge i sl.

Realizacija: 10.000,00 kn

2.3. Podrška razvoju turističkih događaja

313.408,26 kn

2.3.1. Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno – zabavnih, sportskih i sl. manifestacija u destinaciji

2.3.1.1. Rapska fjera

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Prvi srednjovjekovni, ljetni festival koji traje tri dana, u 2021. je proslavio 20. obljetnicu. U 2021. – oj godini se Fjera namjeravala održati prema uobičajenom programu, ali s obzirom na nastavak pandemijskih okolnosti, Fjera se održala simbolički uz tri dana svečanih mimohoda sudionika

te viteški turnir URS zatvoren za javnost, ali uz mogućnost praćenja istog putem livestreama. Rabska se fjera organizira i održava u suradnji TZG Rab, Grada Raba i POU Rab.

Ostvareni cilj aktivnosti: Naveden se iznos utrošio za oglašavanje manifestacije (online i offline oglašavanje). TZG Rab se kandidirala na natječaj HTZ – a za marketinšku potporu TOP događanjima za navedene aktivnosti, te je uspjela ostvariti potporu od 50.000,00 kn. Također su izrađene prigodne majice s logotipom Rabske fjere koje djelatnici koriste kao uniformu u ljetnim mjesecima, a dio je stavljen na zalihu Ureda za poklone novinarima i uvažanim gostima. Smatra se da se cilj ostvario kroz simbolično održavanje događanja, te provedenih marketinških kampanja, čime se održava vidljivost manifestacije i destinacije.

Nositelj: TZG Rab, Grad Rab, POU Rab, HTZ

Realizacija: 71.744,36

2.3.1.2. Najljepši otočni advent

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Projekt koji se svake godine održava u suradnji sa Gradom Rabom i Pučkim otvorenim učilištem Rab, uključuje razdoblje Adventa i novogodišnjih praznika (kraj studenog do početka siječnja naredne godine), te se kroz godine profilirao kao jedan od najuspješnijih projekata s područja Grada Raba.

Ostvareni cilj aktivnosti: Organizatori projekta su odlučili kako je pandemijska situacija izuzetno izazovna na području države, emitivnih tržišta, ali i otoka, te s obzirom da je izuzetno bilo bitno i dalje se odgovorno ponašati te izbjegavati preduvjete za daljnje širenje zaraze, iz tog se razloga u 2021. godini program Najljepšeg otočnog adventa smanjio, sve u cilju poboljšanja epidemioloških uvjeta, kako bi se omogućio narednu turističku sezonu i godinu.

TZG Rab je preuzela trošak vatrometa za Novu godinu u iznosu od 25.000,00 kuna, organizirana vođenja gradskom jezgrom za lokalno stanovništvo i turiste.

Nositelj: TZG Rab, Grad Rab, POU Rab, Mirnovec Pirotehnika, Udruga turističkih vodiča Rab

Realizacija: 27.279,24

2.3.1.3. 4 Islands MTB

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Već dulji niz godina uspješan projekt koji uključuje pored Raba i otoke Krk, Cres i Lošinj. Sam projekt ima potporu i HTZ – a i TZ Kvarnera, te se kroz godine razvio kao ozbiljno natjecanje u MTB – u, ali je popularan i među amaterskim zaljubljenicima u biciklizam. Projekt je izvršen u cijelosti, s time da u organizaciju uključila i Sportsko – rekreativna udruga "Segment 21". Iznos predviđen za projekt je premašen za cca 2 tisuće kuna, s obzirom da se trebalo još nabaviti poklon vrećice za pobjednike po kategorijama.

Ostvareni cilj aktivnosti: Nakon otkazivanja utrke za 2020 godinu, na samom početku pandemije i željnog očekivanja utrke u 2021., primorsko-goranska županija ušla je u strogi lockdown. Uz pomoć TZ Kvarnera utrka je dobila sve potrebne dozvole za održavanje natjecanja, a natjecatelji su stigli iz 27 različitih zemalja, bezobzira na to što ih je većinu čekala karantena nakon povratka iz Hrvatske. Svi natjecatelji su bili obavezni doći s negativnim PCR testom, dok se cijela produkcija testirala prilikom dolaska kako bi event bio što sigurniji. Startna lista bila je puna zvijezda iz sporta, od top 10 natjecatelja po trenutnoj ljestvici svjetske biciklističke federacije u Hrvatskoj ih je bilo 6. Na izdanju 4 Islands-a u 2021. godini natjecala se elita svjetskog MTB-a.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, 4 Islands d.o.o., Sportsko – rekreativna udruga „Segment 21“

Realizacija: 21.980,00 kn

2.3.1.4. 4 Islands RUN

Projekt nije održan jer je potpao pod franšizu Ironman te se čeka da Ironman osmisli cijeli projekt kroz svoju franšizu.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, 4 Islands d.o.o.

Realizacija: 0,00 kn

2.3.1.5. Underwater Photo Marathon

Zbog loše epidemiološke slike u Hrvatskoj i našim emitivnim tržištima, manifestacija nije održana.

Nositelj: TZG Rab, RK Roniti se mora

Realizacija: 0,00 kn

2.3.1.6. Rab Island Hero

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Manifestacija koja se planirala za 2020. godinu, međutim zbog poznate situacije s pandemijom, prebačena na 2021. Ideja ovog projekta je bila da Rab pored profesionalnih bike utrka, bude domaćinom i rekreativnih utrka, što je s ovom utrkom i ostvareno. U projekt su se uključili i TZO Lopar te Valamar Riviera koja sponzorira projekt s 50.000,00 kuna. Ovaj je projekt podržala i HTZ s 30.000,00 kuna, time olakšavši provedbu projekta.

Ostvareni cilj aktivnosti: Održana je bike manifestacija, koja je odrađena s partnerima u destinaciji (BK Mag, TZO Lopar, Valamar Riviera) početkom lipnja. Projekt je za prvu godinu polučio izvrsne rezultate, sa cca 250 natjecatelja te 600 – injak posjetitelja otoka Raba zbog ovog eventa.

Navedenim iznosom sufinanciran je organizator za smještaj organizacije, putne troškove, suce, nagradni fond, medalje i sl.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, HD Navigatio d.o.o., HTZ, Valamar Riviera

Realizacija: 52.207,84 kn

2.3.1.7. Uskrs na Rabu

Zbog loše epidemiološke slike u Hrvatskoj i našim emitivnim tržištima, te malog broja turista, manifestacija nije održana.

Nositelj: TZG Rab, UO Rab

Realizacija: 0,00 kn

2.3.1.8. Kanata

Ova se manifestacija nije održala zbog loše epidemiološke situacije.

Nositelj: TZG Rab, UO Rab

Realizacija: 0,00 kn

2.3.1.9. Rab Archaeological Traces

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Projekt koji je započeo kao dio projektnog pravca Rijeka EPK 2020., naziva 27 susjedstava, prerasao je svoj početni obim te kroz 3 biciklističko - pješačke staze koje povezuju arheološka nalazišta, a čije su točke obilježene informativnim tablama, obogaćen za interaktivno – poučnu aplikaciju (od 2021. godine četverojezična). S obzirom da se manifestacija vezana za čitav projekt nije uspjela izvršiti u 2020., ali ni 2021., ona se prebacuje za narednu godinu.

Ostvareni cilj aktivnosti: Izvršen je prijevod aplikacije na njemački i talijanski, održavanje web stranice i aplikacije, čišćenje i održavanje lokaliteta i staza te marketinške aktivnosti kako na domaćem tržištu, tako i na tržištima emitivnih zemalja.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, CZK Lopar, POU Rab, A.R.T. Redaktionsteam, Sincro
Realizacija: 44.995,39 kn

2.3.1.10. Pogled u plavo

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Pogled u plavo je projekt promocije ronjenja u montažnom bazenu promjera 10 m i dubine 1 m.

Svi posjetitelji manifestacije, a posebno djeca, imaju priliku uz stručno vodstvo instruktora ronjenja zaroniti u bazen Pogleda u plavo, spoznati čari i vještine ronjenja te ujedno pogledati podvodnu izložbu fotografija, poznatog hrvatskog podvodnog fotografa, Marjana Radovića, a koja se nalazi na unutarnjim stranicama bazena.

Ostvareni cilj aktivnosti: U 2021. godini je lokacija promocije bila trg sv Kristofora, koja se pokazala kao pun pogodak. Trajala je 2 dana, a ukupno je bilo 200 urona.

Troškovi su uključivali: troškovi transporta opreme i bazena, najam potrebne opreme za ronjenje, najam kombi vozila, najam bazena sa potrebnim filterima i automatikom, izrada promo materijala (logo Grada), atesti, osiguranje od odgovornosti, putne troškove i smještaj osoblja i tehničara, marketinške aktivnosti, objave za medije, montaža i demontaža projekta, razglas, zvučnici, mikrofoni. Reportaža s manifestacije je bio emitiran više puta na programima HRT – a.

Nositelj: TZG Rab, Promocija ronjenja d.o.o.

Realizacija: 50.934,20 kuna

2.3.2. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije

2.3.2.1. Triatlon

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Održan je početkom lipnja s rekordnih 275 natjecatelja.

Glavnina natjecatelja je bila iz Hrvatske, a zbog aktualnih epidemioloških mjera, manji je broj natjecatelja bio iz Austrije, Slovenije i Italije.

Triatlon sadrži četiri utrke:

AQUATLON ZA DJECU 50 m plivanje + 400 m trčanje

TRIATLON ZA DJECU 50 m plivanje, 2km bicikla + 500 m trčanje

SUPERSPRINT TRIATLON 375 plivanje, 12 km bicikla + 2.5 km trčanje

SPRINT TRIATLON 750m plivanje, 20 km bicikla + 5km trčanje.

Ostvareni cilj aktivnosti: U 2021. je održan poznati i dugovječni rapski triatlon nakon pauze u 2020. godini zbog pandemije. Pored 15.000,00 kuna na ovoj aktivnosti, predviđeno je još 5.000,00 kuna za ovaj projekt sa aktivnosti Ostale manifestacije.

Nositelj: TZG Rab, Triatlon klub Rab

Realizacija: 15.000,00 kn

2.3.2.2. Rab Trail

Cilj aktivnosti/detaljan i precizan opis aktivnosti: Prema dogovoru s kolegom iz TZO Lopar, s navedenim iznosom se podržao dugogodišnji otočni projekt koji okuplja od 500 do 600 natjecatelja.

Ostvareni cilj aktivnosti: TZG Rab je poduprijela ovaj projekt koji ima start i cilj u Loparu. Zbog dugodišnjeg održavanja i poticanja stvaranja imidža destinacije otok Rab kao outdoor destinacije, osim što je dana ova potpora projektu, planira se nagažirati gdina Cimermana i za manifestaciju u sklopu projekta Rab Archaeological Traces.

Dana 18.09.2021. održano je 15. izdanje sportsko-turističke manifestacije Rab trail, a koja je u 2021. godini okupila 450 sudionika iz 8 zemalja koji su se natjecali u 3 dužinske kategorije od 7km, 14km i 24km. Staza je

prolazila poluotokom Loparom, Premužićevom stazom, šumom Fruga i grebenom Kamenjaka. Tijekom vikenda održavanja manifestacije, popunjeni su gotovo svi kapaciteti na otoku u otvorenim hotelima i u privatnom smještaju, te se za smještaj tražila i „soba više“, a organizator procjenjuje da mnogi koji su planirali nisu na kraju došli jer jednostavno nisu našli smještaj, a pošto je utrka u 2021. godini premještena u raniji termin jer se nije računalo da će post-sezona biti tako dobra, uslijed pandemije COVID – a. Sve fotografije i rezultati dostupni su na www.outdoor.hr/rab, a gdje se može pronaći i logotip i TZG Raba na svim aplikacijama: web stranica, majice i brojevi te u naslovnici facebooka utrke www.facebook.com/TrekingLiga.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, Outdoor.hr

Realizacija: 5.000,00 kn

2.3.2.3. Udičarenje

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Manifestacija koja se redovito održava u listopadu, u organizaciji ŠRK Dolin. TZG Rab već čitav niz godina podupire ovaj projekt, s obzirom da se radi o očuvanju tradicije udičarenja. ŠRK Dolin je vrijedan sudionik Rabske fjere gdje drugi dan uprizore ribarsko selo te bacaju mreže „na sviću“, što je izuzetno atraktivno kako turistima tako i domaćem stanovništvu.

Ostvareni cilj aktivnosti: U 2021. je izvršen ovaj projekt unatoč pandemiji. Iznosom sufinanciranja organizator je pokrio troškove organizacije natjecanja i potrošnog materijala potrebnog za natjecanje.

Nositelj: TZG Rab, ŠRK Dolin

Realizacija: 5.000,00 kn

2.3.2.4. Kup u podvodnom ribolovu

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Manifestacija koja se održi u listopadu (inače za vrijeme Kanate) u suradnji sa ŠRK Dolin. Jednodnevna manifestacija na kojoj se pridružuju poznata imena podvodnog ribolova iz Hrvatske, Slovenije i Crne Gore.

Ostvareni cilj aktivnosti: U 2021. je izvršen ovaj projekt unatoč pandemiji. Ovim iznosom organizator planira pokriti trošak organizacije natjecanja.

Nositelj: TZG Rab, ŠRK Dolin

Realizacija: 3.000,00 kn

2.3.2.5. Big game natjecanje

Manifestacija se prošle godine nije održala zbog epidemiološke situacije.

Nositelj: TZG Rab, Big game klub Rab

Realizacija: 0,00 kn

2.3.2.6. Križi

Zbog epidemiološke situacije i smanjenog obima povorke, nije bilo moguće ni potrebno naručivati prijevoz za vjernike koji pohode ovu zavjetnu svečanost.

Nositelj: TZG Rab, Grad Rab, Župa Rab

Realizacija: 0,00 kn

2.3.2.7. Ostala sufinanciranja manifestacija

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Iznos koji je predviđen u slučaju da bude potreba za sufinanciranjem manjih manifestacija lokalnog karaktera (ribarske fešte u mjestima, vjerske manifestacije).

Ostvareni cilj aktivnosti: Tu se alociralo dodatnih 5.000,00 kuna potpore za Triatlon klub Rab. Također se s 2.283,43 kuna poduprlo stotu godišnjicu sadnje crnike na Pjacetu te izložba fotografija koje su napravljene kroz tih stotinu godina na Pjacetu. Izložba je prvi ishod istoimenog projekta prikupljanja fotografija i usmene predaje vezane za stotu godišnjicu sadnje crnike na Pjacetu – Trgu slobode koju je Društvo prijatelja Raba – 1895 pokrenulo na samu godišnjicu, 23. travnja 2021. Od prikupljenih tristotinjak fotografija odabrano je najposebnijih stotinu koje su postavljene na 10 lokacija oko Pjacete, upravo na mjestima koja se na fotografijama vide. Otvorenje izložbe upriličeno je 19. kolovoza uz sudjelovanje Limene glazbe DVD-a Rab. Prilikom otvaranja par riječi su rekli predsjednik udruge, gđin Kabalin, zatim Miljenko Domijan i na kraju je izložbu otvorio gradonačelnik Nikola Grgurić. Po otvorenju okupljene brojni građani su počašćeni rapskom tortom u obliku brojke 100 i domaćim vinom. Uslijedila je i podjela stotinu sadnica crnike. Komentari na izložbu su bili iznimno pozitivni, a broj posjetitelja izložbe je velik pa je produljena za dodatna 5 dana (do 27.8 umjesto do 22., kako je početno planirano). Prve tri večeri trajanja izložbe organizirana je i projekcija svih izloženih fotografija na zid Sv. Justine.

Pod ovom aktivnošću je također potpalo financiranje live stream – a turnira Udruge rapskih samostreljara povodom Vele gospe.

Nositelj: TZG Rab, Triatlon klub Rab, Društvo prijatelja Raba
Realizacija: 16.267,23 kn

2.4. Turistička infrastruktura

1.371,45 kn

2.4.1. Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva Grada Raba

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva grada Raba, skraćenog naziva "Juxta mare," prvi je projekt Turističke zajednice grada Raba financiran iz EU fondova. Sastoji se od fizičkog i virtualnog dijela. Fizički dio će biti 13 tabli s informacijama o ribarstvu, pomorstvu i brodograditeljstvu tog dijela Raba, postavljenih duž šetnice Banjol – Barbat, dok će virtualni sadržavati web aplikaciju s istih 13 točaka interesa, uz virtualno dostupne materijale (fotografije, filmove, proširenu stvarnost, itd.)

Ostvareni cilj aktivnosti: Projekt je pokrenut u 2021. godini te je zasad gotova građa za 6 točaka od ukupno 13. Pri kraju je prikupljanje materijala za još 3 točke, na ostale 4 se također radi.

U planu je bio završetak projekta do kraja 2021. godine, ali to nije bilo moguće. Za to je više razloga: istraživanjem točaka koji uključuje dio projekta koje dosad nisu bile uopće istraživane, a koje su vezane uz ribarstvo, pomorstvo i brodograditeljstvo obitelji s područja Grada Raba, došlo se do novih saznanja te ih je potrebno dodatno istražiti, što traži dodatno vrijeme i trud; pandemija koronavirusa je također utjecala da se ne mogu izvršavati pojedini dijelovi projekta na vrijeme; zbog nesigurnosti u izvršenje sezone oprezno se započelo s izvršenjem projekta, te će biti potrebno produljiti vrijeme za izvršenje projekta.

U izradu dijela aplikacije te proizvodnju tekstova je utrošeno 243.300,00 kuna, što je knjiženo na osnovna sredstva te se ne prikazuje kao izdatak.

Nositelj: TZG Rab, LAGUR Tramuntana, Nomacom, Humaniora d.o.o.
Realizacija: 1.371,45 kn

2.4.2. Ostali projekti financirani iz EU fondova

Za 2021. godinu nije izvršeno, s obzirom da se posvetilo puno vremena projektu „Virtualnog muzeja“ te se odlučilo po završetku tog projekta, započeti s novim, nakon što se pronađe neka zanimljiva i kvalitetna ideja za novi projekt.

Nositelj: TZG Rab
Realizacija: 0,00 kn

2.5. Podrška turističkoj industriji

140.000,00 kn

2.5.1. Rapske viteške igre

Detaljan i precizan opis aktivnosti: TZG Rab podupire Udrugu rapskih samostreličara već dugi niz godina, od njihova osnivanja. S obzirom na smanjene aktivnosti Udruge, ali i činjenicu da smo ih poduprijeli na način da smo za Rabsku fjeru i Velu gospu podmirili trošak live stream prijenosa turnira u iznosu od 10.000,00 kuna, za njih je izdvojeno pod ovom aktivnosti 5.000,00 kuna.

Ostvareni cilj aktivnosti: Iznos je predviđen za podršku URS u vidu podmirivanja njihovih rashoda nabavke kostima, tekućih rashoda održavanja prostora Udruge i slično.

Nositelj: TZG Rab, Udruga rapskih samostreličara

Realizacija: 5.000,00 kn

2.5.2. Rapske glazbene večeri

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Rapske glazbene večeri se podupiru već dugi niz godina uslijed godišnjeg ugovora o sufinanciranju s POU Rab.

Ostvareni cilj aktivnosti: Kroz ljetne mjesece se održavaju glazbene večeri na otvorenom, što je bila odlična solucija posebice za razdoblje pandemije. S obzirom na dugu tradiciju, turisti su već upoznati s ovom manifestacijom te ju rado posjećuju.

Nositelj: TZG Rab, Pučko otvoreno učilište Rab

Realizacija: 30.000,00 kn

2.5.3. Nastupi klapa

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Nastupe klapa se podupiru već dugi niz godina uslijed godišnjeg ugovora o sufinanciranju s POU Rab.

Ostvareni cilj aktivnosti: Iako su imale manje nastupa, klape su se podržale zbog njihovih fiksnih troškova priprema i proba.

Nositelj: TZG Rab, Pučko otvoreno učilište Rab

Realizacija: 20.000,00 kn

2.5.4. Nastupi folklora

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Nastupe folklora se podupiru već dugi niz godina uslijed godišnjeg ugovora o sufinanciranju s POU Rab.

Ostvareni cilj aktivnosti: Folklor nije u prošloj godini imao mnogo nastupa, međutim zbog njihovih fiksnih troškova (probe, odjeća, itd.) potrebno je potpomagati FD Rapski tanac bezobzira na COVID pandemiju.

Nositelj: TZG Rab, Pučko otvoreno učilište Rab

Realizacija: 20.000,00 kn

2.5.5. Nastupi Limene glazbe

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Limena glazba DVD – a Rab se svake godine potpomagala s 20.000,00 kuna. Zbog smanjenog obima aktivnosti Limene glazbe te smanjenih prihoda Ureda, potpisao se ugovor na 5.000,00 kuna potpore.

Ostvareni cilj aktivnosti: Limena glazba se uvijek odazove na poziv TZ – a, kada su nam njihove usluge potrebne. Planirali smo u prošloj godini odraditi i jedan event Sabtoursa (Jubileumsfahrt) s njima, međutim zbog loših vremenskih prilika je otkazano.

Nositelj: TZG Rab, Limena glazba Rab
Realizacija: 5.000,00 kn

2.5.6. Rapsko likovno ljeto

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Rapsko likovno ljeto se podupire već dugi niz godina uslijed godišnjeg ugovora o sufinanciranju s POU Rab.

Ostvareni cilj aktivnosti: U razdoblje pandemije i Rapsko likovno ljeto se pokazalo kao dobar način ispunjavanja slobodnog vremena turista.

Nositelj: TZG Rab, Pučko otvoreno učilište Rab
Realizacija: 10.000,00 kn

2.5.7. Brodska linija Rab – Barbat – Rab

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Linija koja je započela s radom od 2020. godine, vrlo je dobro prihvaćena od strane turista, te se shodno tome nastavila sufinancirati i u 2021. godini.

Ostvareni cilj aktivnosti: Ova je brodska linija je odlično prihvaćena među turistima i lokalnom stanovništvu, a brodar planira u 2022. godini pojačati svoju flotu za ovu liniju. Također postoji ideja da se poveže projekt Virtualnog muzeja s ovom linijom, na način da se olakša turistima dolazak na područje Virtualnog muzeja te nakon razgleda povratak u gradsku jezgru.

Nositelj: TZG Rab, Grad Rab
Realizacija: 50.000,00 kn

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

1.204.534,59 kn

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture

0,00 kn

U 2021. godini zbog štednje sredstava, nije se dodatno razrađivalo brending sustav i brend arhitekturu, već se koristilo postojeće.

Nositelj: TZG Rab
Realizacija: 0,00 kn

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda **274.950,34 kn**

3.2.1. Oglašavanje kroz online kanale

3.2.1.1. Samostalno online oglašavanje

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Samostalno online oglašavanje služi za oglašavanje destinacije kada postoji potreba da se dodatno naglasi neki od proizvoda destinacije, a pored onog što se već radi s TZ Kvarnerom ili HTZ – om. Postoji mogućnost da Rab u ovom slučaju nije toliko prepoznatljiv (ako nije u krugu regije ili države), ali svakako se u svim aktivnostima koje su samostalne, naglašava regija Kvarner i država Hrvatska. Online oglašavanje se može brzo izvršiti i dogovoriti s partnerima te je praktična za korištenje. U vremenu pandemije, često je korištena kao „injekcija“, potrebna kada su se predviđele bolje situacije za razvoj turističke sezone.

Ostvareni cilj aktivnosti: Samostalno online oglašavanje se ponajprije radilo na njemačkom, austrijskom i slovenskom tržištu. Na tim tržištima TZG Rab ima odlične partnere s kojima već dulji niz godina izvršava odlične marketinške priče, gradeći sliku o Rabu kao sigurnom destinacijom, odličnom za aktivni odmor, pored sunca i mora.

Iznos koji je utrošen nije velik, međutim procijenjeno je da u trenucima kada je bilo zaista neizvjesno kakva se sezona očekuje, bilo je bolje stopirati oglašavanja.

Više o detaljima samostalnog online oglašavanja u Prilogu.

Nositelj: TZG Rab, A.R.T. Redaktionsteam, Sincro

Realizacija: 76.438,58 kn

3.2.1.2. Udruženo online oglašavanje s dionicima privatnog sektora

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Prema raspisanom natječaju TZ Kvarnera, s poslovnim subjektima destinacije TZG Rab dogovara udruženo oglašavanje. Proizvodi koji se obično promoviraju ovim putem su boravak u hotelu, boravak u kampu, itd. U 2021. godini TZG Rab je odobrila 40.000,00 kuna za Imperial Rivieru te 5.000,00 kuna za Starturist. Markel d.o.o. u prošloj godini nije iskoristio mogućnost ovog sufinanciranja.

Ostvareni cilj aktivnosti: Osim oglašavanja koje se radi samostalno, pa zatim sa sustavom (TZO Lopar, TZ Kvarner, HTZ), oglašavanje s dionicima privatnog sektora je iznimno važno te ga se stoga svake godine izvršava. Smatra se da se ovim pristupom udruženog oglašavanja na važnosti daje i dionicima privatnog sektora koji su izuzetno važni za razvoj destinacije.

Nositelj: TZG Rab, dionici privatnog sektora (hotelijeri i iznajmljivači)

Realizacija: 45.000,00 kn

3.2.1.3. Društvene mreže

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Bez mogućnosti održavanja sajмова i prezentacija, društvene mreže postaju mjesto interakcije destinacije i turista – kako potencijalnih, tako i stalnih, ali i onih koji se nalaze u destinaciji. Društvene mreže su mjesto gdje se prezentira destinaciju, ali isto tako servis gdje rapski turisti (ili oni potencijalni) mogu doznati više informacija o destinaciji ili o nekom od proizvoda, ali i pored svega toga i neku korisnu informaciju koja im je potrebna baš u tom trenutku.

Ostvareni cilj aktivnosti: Tvrtka Nomacom koja održava naše društvene mreže pripremila je Izvještaj s društvenih mreža, te se on nalazi kao zaseban u Prilogu U suradnji direktorice Ureda i voditelja marketinga te tvrtke Nomacom, stvaraju se posebni sadržaji, a u pred i posezoni oni se posebice oglašavaju, točnije „boostaju“ plaćanjem. Društvene mreže služe kao podsjećanje na lijepe trenutke provedene u destinaciji, ali isto tako koriste kao mamac za sve one koji još razmišljaju o novoj destinaciji koju će posjetiti.

Nositelj: TZG Rab, Nomacom

Realizacija: 78.000,00 kn

3.2.2. Oglašavanje kroz offline kanale (TV oglašavanje, oglašavanje u tisku)

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Offline kanali oglašavanja su i dalje itekako prisutni u oglašavanju destinacije. Tiskani mediji, tv oglašavanja, ali i oglašavanja u destinaciji u vidu oglašivačkih panoa također pomažu u kreiranju slike o destinaciji, kako u samoj destinaciji, tako i van njenih granica.

Ostvareni cilj aktivnosti: Zajedno s partnerima je ostvaren dio oglašavanja i kroz offline kanale. Ponajprije je to u stranim medijima kroz partnera A.R.T. Redaktionsteam za njemačko govorno područje te sa Sincrom za slovensko govorno područje. Pored stranih medija, koristio se i Jutarnji list jer je grad Rab pored Nautičke patrole bio domaćin i Scuba radara, gdje se Rab promovirao kao destinacija pogodna za aktivno bavljenje ronjenjem.

Iako je planirano da će se utrošiti 100.000,00 kuna, trošeno je 58% jer je ocijenjeno da se online oglašavanjem u razdoblju pandemije može puno bolje odraditi neka oglašavanja, a pored toga, s pojačanjem pandemije kroz godinu se također u datim trenucima stopiralo oglašavanje.

Nositelj: TZG Rab, A.R.T. Redaktionsteam, Sincro, Jutarnji list
Realizacija: 57.624,58 kn

3.2.3. Suveniri i promo materijali

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Suveniri i promo materijali dobavljaju se svake godine, ovisno o potrebi. U ove dvije pandemijske godine to je ipak smanjeno, zbog manjeg broja turista, ali ponajviše zbog mjera štednje na koje se odlučilo sukladno situaciji.

Ostvareni cilj aktivnosti: Za sve navedene niže stavke, izvršeni su manji iznosi koji su bili dostatni za korištenje kroz cijelu godinu. Neke stavke nisu ni izvršene upravo zbog već navedenih razloga.

3.2.3.1.	Suveniri	5.067,93
3.2.3.2.	Banneri	0,00
3.2.3.3.	Promo vrećice	7.936,75
3.2.3.4.	Zastave	4.882,50
3.2.3.5.	City light	0,00

Realizacija: 17.887,18 kn

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR 64.468,06 kn

3.3.1. Globalni PR

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U protekloj 2021. godini, aktivnosti TZG Raba vezane uz PR i suradnja sa partnerima po tom pitanju, bile su planirane za tržišta Njemačke, Austrije, sa A.R.T. Redaktionsteam PR agencijom i za tržište Slovenije sa Sincro PR agencijom. Samo odrađivanje uvelike je bilo uvjetovano situacijom sa Covid-19 pandemijom.

Ostvareni cilj aktivnosti: U uvjetima velike neizvjesnosti, kada će se turistički promet pokrenuti i kada će se uvjeti putovanja normalizirati, gotovo sve klasične akcije PR suradnje, primjerice na pripremi i odrađivanju press putovanja su bile stopirane. Takva odluka je donesena u dogovoru sa prethodno spomenutim PR agencijama, a glavni razlog je bio taj da u periodu kada se glavnina takvih aktivnosti provodi, dakle travanj, svibanj i lipanj, uvjeti za prihvrat press putovanja u destinaciji nisu bili idealni, sami uvjeti putovanja nisu bili dobri, kao npr. nedostatak letova, uvjeti kod povratka, a pojavila i situacija nesigurnosti kod medijskih kuća i u smislu težeg odobravanja press putovanja za svoje djelatnike, posebno u destinacije koje su se tretirale kao rizične, a Hrvatska je u tom periodu na taj način bila tretirana.

Donesena je odluka da se već uspostavljeni kontakti sa medijskim kućama održe i pokušaju realizirati u 2022. godini, a glavnina aktivnosti je preusmjerena na online kanale i aktivnosti.

Nositelj: TZG Rab, A.R.T. Redaktionsteam, Sincro
Realizacija: 31.515,56 kn

3.3.1.1. PR Njemačka

Detaljan i precizan opis aktivnosti: PR za naša najvažnija emitivna tržišta Njemačku i Austriju i dalje izvršavamo s partnerom A.R.T. Redaktionsteam.

Ostvareni cilj aktivnosti: U suradnji sa PR agencijom A.R.T. Redaktionsteam-om dogovorena je i odrađena online kampanja za tržišta Njemačke, Austrije i Švicarske. Teme koje su komunicirane su prvenstveno outdoor, priroda, plaže, kultura. Period u kojem je kampanja sprovedena je razdoblje studeni-prosinac 2021.

Razlog tome je želja da stvorimo kontinuitet i stalnu prisutnost, te želja da već u 2021. započnemo promociju za 2022. godinu. Online kampanja koja je kombinirala klasične online alate kao što je priprema i slanje Newslettera na medijske kuće, freelance novinare, blogere i influencere. Također u značajnijoj mjeri kampanja se odrađivala putem kanala na društvenim mrežama Instagram i Facebook, prvenstveno na profilima Istrien7 i Kvrner7.

Cilj dijela kampanje sa Newsletterima bio je održavanje kvalitetnih kontakata sa medijskim kućama, kako bi nam realizacija klasične PR suradnje u 2022. godini bila olakšana, dok je dio kampanje na društvenim mrežama Instagram i Facebook za cilj imao kvalitetnu komunikaciju sa krajnjim korisnicima, potencijalnim posjetiteljima u 2022. godini. O uspjehu tog djela kampanje govore ostvareni rezultati, koji su uvelike premašili planirano. Ukupno ostvareni broj impresija kampanje je 5 074 141, a ukupni ostvareni doseg, znači točan broj korisnika koji su naše objave vidjeli bar jednom je 3 504 520. Isto tako veseli velika angažiranost korisnika na objavama, koja je prema standardima društvenih mreža klasificirana kao iznad prosječna. Uzimajući u obzir budžet i trajanje kampanje, predviđanja oko dosega i impresija bile su u razmjeru od 1 000 000 do 2 500 000, a prethodno navedeni rezultati govore o tome da su odabrani vizuali i sadržaji objava bili kvalitetno pripremljeni te da smo kvalitetno targetirali publiku. Publiku kojoj je takav sadržaj i Rab kao destinacija zanimljiv.

Nositelj: TZG Rab, A.R.T. Redaktionsteam

Realizacija: 23.373,00 kn

3.3.1.2. PR Slovenija

Detaljan i precizan opis aktivnosti: PR aktivnosti za Sloveniju smo povjerili agenciji Sincro.

Ostvareni cilj aktivnosti: Kako je situacija za klasične PR aktivnosti bila identična na svim tržištima, u dogovoru sa PR agencijom Sincro također su i za tržište Slovenije te aktivnosti stopirane, a suradnja se ostvarila u vidu pripreme i odrađivanja online kampanje.

Kampanja se sastojala od kreiranja i slanja Newslettera prema najvećoj bazi turističkih kontakata u Sloveniji, ukupno 205 000 primatelja, kreiranja i objave članka na jednom od najčitanijih Slovenskih web portala kada je tematika Hrvatske u pitanju www.objemi-hrvasko.si Članak nije bio koncipiran kao klasični plaćeni PR članak, već je bila riječ o intervju sa direktoricom TZG Raba, koji se iskoristio kao najava novosti i nove sezone na Rabu u 2022. Paralelno sa objavom članka, na istom portalu je krenulo i objavljivanje klasičnog promo banner.

Uz prethodno navedene aktivnosti, dio kampanje su bile i aktivnosti na društvenim mrežama Instagram, Facebook i Twitter, sa rezultatom ukupnog dosega od 26 000 korisnika.

Isto tako, osim aktivnosti društvenih mreža odrađene su i aktivnosti Google display kampanje u vidu responsive oglasa, te aktivnosti Google search kampanje po ključnim riječima za tržište Slovenije.

U prilogu su izvješća, odnosno točni rezultati svakog prethodno navedenog segmenta suradnje sa Sincro PR agencijom.

Nositelj: TZG Rab, Sincro

Realizacija: 8.142,56

3.3.2. Domaći PR

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Domaći PR je bio predviđen sa PR agencijama s domaćeg tržišta u svrhu promocije destinacije na nacionalnoj razini.

Ostvareni cilj aktivnosti: Uslijed situacije s pandemijom COVID – 19 bolesti te mjerama štednje, navedeni se iznos utrošio za smještaj, ugostiteljske usluge te promidžbeni materijal PR agencije koja TZG Rab održava društvene mreže. Do njihova je posjeta došlo iz razloga da prikupe informacije za daljnje objave na društvenim mrežama, ali i da se usuglasi daljnji tijek suradnje i komunikacije na tržištu.

Nositelj: TZG Rab, Nomacom

Realizacija: 4.624,50 kn

3.3.3. Studijska putovanja

3.3.3.1. Novinari

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U 2021. se godini planiralo utrošiti samostalno, od strane TZG Rab, određeni iznos za novinarske posjete, shodno mogućnostima te shodno događanjima koja su se trebale u destinaciji događati. Trebali su se ugošćavati strani i domaći novinari.

Ostvareni cilj aktivnosti: U 2021. godini se ugostio manji broj novinara, većina ipak u suradnji s TZ Kvarner i HTZ – om. Samostalno smo ugostili ekipu koja je snimala prilog za Blue Planet vezano za Kvarnerske otoke.

	Ime i Prezime	Tržište	Medij	Smještaj	Period	Posrednik
1.	Oliver Horner	DE	N-tv – televizija	Valamar Padova	04.05.-06.05.	Pointers
2.	Johannes Westerkamp	DE	N-tv – televizija	Valamar Padova	04.05.-06.05.	Pointers
3.	Christian Bohnke	DE	N-tv – televizija	Valamar Padova	04.05.-06.05.	Pointers
4.	Wieland Scharf	DE	N-tv – televizija	Valamar Padova	04.05.-06.05.	Pointers
5.	Jens Kleinert	DE	N-tv – televizija	Valamar Padova	04.05.-06.06.	Pointers

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar

Realizacija: 21.585,46 kn

3.3.3.2. Agenti

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Planiralo se poduprijeti moguće posjete agenata destinaciji.

Ostvareni cilj aktivnosti: Iznos koji je predviđen 2. Rebalansom za agente djelomično je iskorišten za studijska putovanja novinara, s obzirom da je situacija s posjetima dosta otežana i sve one ponuđene posjete smo prihvatili.

Nositelj: TZG Rab

Realizacija: 6.742,54 kn

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

139.666,16 kn

3.4.1. Udruženo oglašavanje s TZO Lopar

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Uključuje udruženo oglašavanje s Loparom, a zatim i TZ Kvarnerom. Polovicu iznosa sufinancira TZO Lopar.

Ostvareni cilj aktivnosti: U 2021. godini provedena je zajednička kampanja TZ Kvarnera i lokalnih turističkih zajednica s područja Kvarnera (Opatijska rivijera, Riječki prsten, Crikveničko – vinodolska rivijera, otok Krk, Cres, Mali Lošinj, Rab i Lopar, te Gorski kotar). Kampanja je trajala (ovisno o medijima i tržištima) od početka lipnja do sredine srpnja 2021., a vrijednost kampanje iznosila je cca 720.000kn, od kojih su turističke zajednice snose 320.000 kn (svaka po 40.000 kn), dok je TZ Kvarnera snosi 400.000 kn. Kampanja koja je uključivala TZ Kvarner, Cres, Crikveničko – vinodolsku rivijeru, Gorski kotar, otok Krk, Mali Lošinj, Opatijsku rivijeru, Rab i Lopar, te Riječko područje, bila je aktivna na 5 europskih tržišta: Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija i Češka. Svaka turistička zajednica je imala udio na dva tržišta koja su bila u fokusu (odabrana od te TZ-e), a TZ Kvarnera kao nositelj kampanje, bio je prisutan na svim tržištima. Format i kanali koji su bili aktivni, fokusirali su se na vidljivost destinacija s Kvarnera kroz display oglašavanje, ali i content formate na njemačkom, austrijskom i češkom tržištu gdje se kroz priču na relevantnom mediju promovirala turistička ponuda destinacije odnosno proizvod.

Content (sadržaj) koji je bio aktivan na gore spomenutim tržištima pročitano je ukupno 17.359 puta. Sadržaj objavljen na njemačkom tržištu u mreži regionalnih portala i postigao je 5.557 čitanja. Na austrijskom tržištu, aktivan je bio advertorial na portalu Oe24 i postigao je 3.332 čitanja. Na češkom tržištu isti članak bio je aktivan na portalima Seznamzpravy.cz (dok je promocija traffic drivera koji su vodili na članak bila na Seznam.cz) – članak je ostvario 6.224 čitanja, a na portalu Super.cz 2.246 čitanja.

Cjelokupna kampanja postigla je 65.852.753 impresije i 51.853 klika prema web stranicama TZ-ova.

Kampanja je osmišljena na način da klik na kreativu svake pojedine destinacije vodi na web stranice destinacije pa su tako uključeni bili zastupljeni svojim vizualom na oglasu, komunikacijom kroz sadržaj ili i kroz promet na vlastitoj web stranici.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, TZ Kvarner

Realizacija: 40.000,00

3.4.2. Avio oglašavanje s TZ Kvarner

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Prema potpisanom ugovoru s TZ Kvarnerom, u 2021. godini se nastavilo s avio oglašavanjem nakon pauze u 2020. godini.

Ostvareni cilj aktivnosti: U listopadu 2020. godine je Hrvatska turistička zajednica raspisala Javni poziv za iskazivanje interesa prema strateškim partnerima za 2021. godinu. Na Javni poziv su svoje kandidature dostavili partneri koji izražavaju sve veći interes za uvođenje letova za Hrvatsku, odnosno na Zračnu luku Rijeka, te partneri koji uvode programe u različitim oblicima prijevoza.

Sve prikupljene kandidature evaluiralo je pojedino predstavništvo HTZ-a u inozemstvu, a potom je svaka regionalna turistička zajednica ponudila partneru (preko HTZ-a) određeni udruženi iznos za kampanju oglašavanja. Na taj iznos je HTZ za cijelu Hrvatsku udruživao svoja sredstva, neovisno o iznosima koje je pojedinačna regija bila spremna investirati. Za 2021. godinu TZ Kvarnera je potpisala ugovore sa sljedećim partnerima i provela marketinšku kampanju kojom se promovirao let ili program na destinaciju:

strateški partner 2021.	KVARNER	za odobrena sredstva Kvarnera odrađen je media plan s partnerom
	netto u kn	
Eurowings	212.800,00 kn	1 mln čaša koje se dijele na EW mreži
LOT Poljska	182.400,00 kn	oglas on board magazine; IG Social Media guide tour; Box on the main web page
Croatia Airlines Hrvatska	498.560,00 kn	oglašavanje na potvrdi zrakoplovne karte newsletter Croatia Airlines free bar kolicima u zrakoplovima video ogašavanje u avionima
Gruber Reisen Austrija	18.240,00 kn	oglas u magazinu Gute Reisen
Češke kormidlo Češka	18.240,00 kn	FB kampanja i banner na web stranicama Češke kormidlo, newsletter
ID Riva tours Njemačka	30.400,00 kn	online advertorial u Bild-u
TUI DE Njemačka	30.400,00 kn	TUI.com Hero Teaser Seite Pauschalreise
UKUPNO netto kn	991.040,00 kn	
UKUPNO brutto kn	1.238.800,00 kn	

Nakon zatvorenog natječaja, Zračna luka Rijeka je u ime poljskog avio prijevoznika LOT zatražila dodatna sredstva. Navedeni avio prijevoznik se već kandidirao na Javni poziv, te su mu preko Javog poziva sredstava u cijelosti i odobrena, no ZL Rijeka je za tog partnera zatražila dodatna sredstva, i to ne pod istim uvjetima pod kojim su mu i prvotno bila odobrena sredstva. Naime, LOT-u je za 16 rotacija preko Javnog poziva HTZ-a

bilo odobreno 24.000,00€, a nakon Javnog poziva je ZL Rijeka u više navrata zatražila 120.000,00€ za 36 rotacija. Nakon prikupljene dokumentacije, Turističko vijeće TZ Kvarnera je dodatno odobrilo još 24.000,00€ za 20 rotacija i dodatna dva grada:

strateški partner 2021.	KVARNER	za odobrena sredstva Kvarnera odrađen je media plan s partnerom
LOT Poljska	182.400,00 kn	Spot at LCD screens at LOT's Business Lounge at Warsaw Chopin Airport and Box in Crazy Wednesday mailing
SVEUKUPNO netto kn	1.173.440,00 kn	
SVEUKUPNO brutto kn	1.466.800,00 kn	

Ukupan ugovoreni iznos sa strateškim partnerima u 2021. godini iznosio je 1.466.000 kn (ovisno o tečaju, te obračunu PDV-a, taj iznos nije egzaktni). Istovremeno se radilo i na udruživanju sredstava za potpisane programe za 2021. godinu. Tako je zaključak sa sjednice Turističkog vijeća TZ Kvarnera bio da se baš na traženje Zračne luke Rijeka i potrebe većeg iznosa udruživanja sredstava, te iznosa s kojim će se već raspolagati u trenutku pregovaranja i raspisivanja natječaja za sljedeću godinu, na sustav turističkih zajednica dostave ugovori za udruživanje sredstava s iznosima, koji su bili veći od ugovorenih kampanja s partnerima, kako bi se stvorio temelj za pregovore u 2022. godini. Ugovori su bili dostavljeni na teren, međutim iako je većina turističkih zajednica ugovore potpisala, na traženje i inzistiranje dijela lokalnih turističkih zajednica, TZ Kvarnera izradila je nove ugovore u skladu sa utrošenim sredstvima u 2021. godini, a već potpisani ugovori su se stavili izvan snage.

turistička zajednica / gospodarstvo / JLS	2021. udruženo <i>50% manje od prvog zahtjeva</i>	2021. zatraženo <i>(dostavljen 6.10.2020.; zatraženo 30% manje u odnosu na realizaciju 2019.)</i>	2019. udruženo
lokalne TZ	250.000 kn	500.000 kn	700.000 kn
gospodarstvo	150.000 kn	300.000 kn	400.000 kn
JLS	500.000 kn	1.000.000 kn	1.390.000 kn
ukupna udružena sredstva	900.000,00 kn	1.800.000,00 kn	2.490.000,00 kn
	TZ Kvarnera <i>(50% manje od plana za 2021.)</i>	TZ Kvarnera <i>(plan za 2021.)</i>	TZ Kvarnera <i>(plan za 2019.)</i>
TZ Kvarnera	600.000,00 kn	1.200.000,00 kn	750.000,00 kn
sveukupno	1.500.000,00 kn	3.000.000,00 kn	3.240.000,00 kn

U konačnici su za 2021. godinu ugovore potpisale sve turističke zajednice i jedinice lokalne samouprave, osim Općine Omišalj, koja je sklopila ugovor direktno za ZL Rijeka. Naime, turističke zajednice sklapaju ugovor s TZ Kvarnera, dok se s JLS-ovima potpisuju tripartitni ugovori: TZ Kvarnera, pojedina JLS, te PGŽ. Iznos kojeg TZG Rab podmiruje, sufinancirala je Imperial Riviera s 5.000,00 kn.

Nositelj: TZG Rab, TZ Kvarner, Imperial Riviera
Realizacija: 31.360,00 kn

3.4.3. Udruženo oglašavanje „Kvarnerski otoci“

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Udruženo oglašavanje pod nazivom „Kvarnerski otoci“ je izvršeno kroz „Kvarner Inseln“ prilog kojeg smo snimili s TZ otoka Krka, TZG Mali Lošinj, TZG Cres i TZO Lopar. Povećan je budžet, ali TZO Lopar je sufinancirao prilog s 20.000,00 kuna.

Ostvareni cilj aktivnosti: Prilog je rađen s njemačkom produkcijskom kućom Blue planet i hrvatskom tvrtkom Pointers. Njihove obveze su navedene niže:

1. Priprema produkcije

- Koordinacija prije snimanja na destinaciji
- Planiranje sadržaja za snimanje
- Dogovor i upute za aktere prilikom snimanja

2. Koordinacija za vrijeme produkcije

- 7 dana produkcije sa uključenim dolaskom i odlaskom produkcijskog tima Blue planet
- Koordinacija produkcijskog tima od 4 osobe: kamera, zvučni inženjer, montažer, produkcijski menadžer + 1 slavna osoba + pratnja
- Urednički i tehnički projekt menadžment + planiranje - Urednik, produkcijski menadžer, tim za kameru s HD tehnologijom, uključujući dodatnu opremu
- Angažman 2 osobe iz tvrtke Pointers prilikom snimanja za potrebe snimanja
- Objava informacija da se radi snimanje destinacije na društvenim mrežama Pointers Travel

3. Aktivnosti nakon izvršenog snimanja

- Kompletna obrada materijala - montaža od strane Blue planet produkcije
- Podlaganje glazbe, tonova, montiranje, režija, grafički elementi - Ustupanje ranijih snimki snimljenih od strane Pointers tima po potrebi
- Emitiranje na stranom tržištu:
 - najava putem PRESS službe, web stranice, teletext-a - ANIXE
 - AmazonPrime
 - Samsung TV Plus
 - RNF (Metropolregion Rhein-Neckar, Mannheim) - RNF (Metropolregion Rhein-Neckar, Mannheim) - N.TV
 - Waipu TV platforma - ostalo
- Pointers Travel YouTube kanal - objava finala + OPTIMIZACIJA (9 stavki niže)
 1. prilagodba teksta za YouTube na engleskom jeziku
 2. dodavanje još 5 do 7 prijevoda na opis videa sukladno statistici na YT
 3. izbor ključnih riječi za video na YT
 4. objava na min 6 društvenih mreža (Pinterest, USA trž, itd..)
 5. dodavanje početnog zaslona za privlačenje gledatelja
 6. dodavanje završnih zaslona
 7. dodavanje kartica
 8. dodavanje titla na engleskom jeziku
 9. podešavanje naprednih postavki na YT kanalu vezano za video
- Objava na društvenim mrežama Pointers Travel
- Arhiviranje materijala za druge potrebe emitiranja ili montaže

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, TZG Mali Lošinj, TZG Cres, TZ otoka Krka
Realizacija: 68.306,16 kn

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

0,00 kn

3.5.1. Sajmovi

3.5.1.1. Beč, Austrija

Nije održan uživo iz epidemioloških razloga. Online verzija je bila financijski prezahtjevnija, te je u koordinaciji s TZO Lopar odlučeno da će se preskočiti sudjelovanje.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar
Realizacija: 0,00 kn

3.5.1.2. Muenchen, Njemačka
Nije održan iz epidemioloških razloga.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar
Realizacija: 0,00 kn

3.5.2. Posebne prezentacije

Odlukom Turističkog vijeća na XXII. sjednici od 8.12.2020., sredstva su prenamijenjena na aktivnost 7. Rezerva.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja 15.323,11 kn

3.6.1. Studijska putovanja novinara u suradnji s TZ Kvarner i HTZ

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Tokom godine se podupiru putovanja novinara koji će posjetiti destinaciju u suradnji sa TZ Kvarnerom i HTZ – om. Navedeni iznos je iskorišten za usluge smještaja, ugostiteljske usluge obroka te promidžbeni materijal.

Ostvareni cilj aktivnosti: Kao primjere uspješne suradnje navode se neki do sada objavljeni materijali kao npr. odlične tv reportaže od strane ARTE-a, ili N-tv.

ARTE posredstvom A.R.T. Redaktionsteam agencije i N-tv posredstvom Pointersa i suradnja sa Bayerische Rundfunkom.

Također se prilaže izvješće o vrhunskim rezultatima posjete Influencera, blogera, instagramera koji su na Rabu boravili posredstvom HTZ-a. Takvu grupu, toliko značajno praćenih osoba na društvenim mrežama do sada nismo imali.

ARTE:

https://www.arte.tv/de/videos/106406-005-A/insel-rab-ein-koenig-im-adamskostuem/?fbclid=IwAR0AE9kS1hQI0K9taye_uWM5n76uaAmoFGV28cGHXkOL7besRqgulQpCVyU

N-tv:

<https://www.youtube.com/watch?v=iTyM-8OqFCg>

Bayerische Rundfunk:

<https://www.radioreise.de/2021/09/krk-rab-urlaub-auf-den-inseln-der-kvarner-bucht.html>

Popis predstavnika stranih medija i studijskih grupa koji su u sezoni 2021. posjetili otok Rab u razdoblju: svibanj 2021. do listopad 2021.

	Ime i Prezime	Tržište	Medij	Smještaj	Period	Posrednik
1.	Clarisse Dupre	FRA, DE	Arte Channel – televizija	Valamar Padova	11.05.-12.05.	A.R.T., Kvarner
2.	Simon Paugoy	FRA, DE	Arte Channel - televizija	Valamar Padova	11.05.-12.05.	A.R.T., Kvarner
3.	Stephanie Gastager	AT, DE	A.R.T. Redaktionsteam	Valamar Padova	17.06.-19.06.	A.R.T.
4.	Giorgio Filipini	IT	In Viaggio/Bell Europa	Privatno, Imperial	23.07.-31.07.	HTZ
5.	Leonarda Perrone	IT	In Viaggio/Bell Europa	Privatno, Imperial	23.07.-31.07.	HTZ
6.	Alexander Tauscher	DE	Bayerische Rundfunk – radio i online	Imperial	22.09.-23.09.	A.R.T., Kvarner

7.	Mike Will	UK	Instagram, TikTok - Influencer	Luka Rab	06.10.-07.10.	HTZ
8.	Andrea Astarita	UK	Instagram, TikTok - Influencer	Luka Rab	06.10.-07.10.	HTZ
9.	Anna Pernice	IT	Instagram - Influencer	Luka Rab	06.10.-07.10.	HTZ
10.	Patrycja Jaskot	PL	Instagram, Facebook, Blog	Luka Rab	06.10.-07.10.	HTZ
11.	Silia Eleftherriadou	AT	Instagram, Blog	Luka Rab	06.10.-07.10.	HTZ
12.	Anastasija Poluvnoka	DE	Instagram, Blog	Luka Rab	06.10.-07.10.	HTZ
13.	Jo Hannes Kreikebaum	DE	Instagram, Blog	Luka Rab	06.10.-07.10.	HTZ
14.	Antje Katrin Schaniel	CH	Instagram Blog	Luka Rab	06.10.-07.10.	HTZ
15.	Jonahtan Ramael	BE	VAB Magazin – tisak i online	Valamar Padova	14.10.-15.10.	HTZ
16.	Thorsten Bronner	DE	RADtouden Magazin – tisak i online	Valmar Padova	21.10.-22.10.	A.R.T., Kvarner

3.6.2. Studijska putovanja agenata u suradnji s TZ Kvarner i HTZ

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Planiralo se poduprijeti putovanja agenata čiji su dolasci sufinancirani od strane TZ Kvarnera i HTZ – a.

Ostvareni cilj aktivnosti: Iznos koji je predviđen 2. Rebalansom za agente iskorišten je za usluge smještaja, ugostiteljske usluge obroka te promidžbeni materijal. Također je dio sredstava utrošen za ugovore o djelu s turističkim vodičima koji su izvršili usluge razgleda grada i otoka za agente i novinare.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar

Realizacija aktivnosti 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja: 15.323,11 kn

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

54.837,60 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Za potrebe u destinaciji te kod promotivnih aktivnosti, izrađuje se niz promotivnih materijala koji su niže navedeni. Treba napomenuti kako promo materijal sufinancira TZO Lopar s 30% vrijednosti. Iznosi izvršenja koji su navedeni su iznosi utrošenog materijala, dok će iznos vrijednosti nabavljenog materijala biti vidljiv u Analitici prihoda i rashoda prema računskom planu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

3.7.1. Imidž brošura Rab	8.675,00
10-mutacija, korištenje za sajamske aktivnosti, novinare i studijske grupe.	
3.7.2. Rab experience	22.297,60
Brošura na 5 jezika, za informacije u destinaciji	
3.7.3. Info karta grada Raba	21.565,00
Izdaje se na četiri jezika, za informacije u odredištu.	
3.7.4. Kalendar događanja	0,00
Nije ga bilo potrebno izdavati u prošloj godini.	
3.7.5. Biciklistička karta otoka Raba	2.300,00
Specijalizirana karta na 4 jezika, koja se izdaje u suradnji s HGSS – om.	
3.7.6. Letci i separati	0,00
Materijal za manifestacije u destinaciji, koji se distribuira po destinaciji.	
3.7.7. Brošura arheoloških nalazišta grada Raba	0,00
Nije izvršena u ovoj godini zbog smanjenja rashoda.	

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar

Realizacija: 54.837,60 kn

3.8. Internetske stranice

47.311,19 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Mrežna stranica TZG Rab redovito se održava djelomično kroz rad djelatnika u TIC – u, te dijelom kroz profesionalnu podršku firme Arbona. Upravljanje sadržajem te razvoj i održavanje mrežne stranice predviđa potrebnu dopunu stranice koja se u prošloj godini izvršila kroz nadopunu vezano za turističke vodiče s područja otoka Raba te projekt Rab Archaeological Traces. Također uključuje plaćanje domene rab-visit.com.

Ostvareni cilj aktivnosti:

3.8.1. Upravljanje sadržajem na internetskim stranicama	2.337,75
3.8.2. Razvoj i održavanje internetskih stranica	44.973,44

Nositelj: TZG Rab, Arbona

Realizacija aktivnosti 3.8. Internetske stranice: 47.311,19 kn

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

9.130,21 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Ostvareni cilj aktivnosti:

3.9.1. Uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	890,63
3.9.2. Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	0,00
3.9.3. Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i HTZ	8.239,58

Nositelj: TZG Rab

Realizacija aktivnosti 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka : 9.130,21 kn

3.10. Turističko – informativne aktivnosti

598.847,92 kn

3.10.1. Upravljanje TIC – evima	563.865,67
---------------------------------	------------

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Pod ovom aktivnošću se podrazumijevaju plaće zaposlenih u TIC – evima, materijalni rashodi TIC – eva, aktivnost e Nautike, upravljanje centrima za posjetitelje, ali i turističke signalizacije/infopunktova.

Ostvareni cilj aktivnosti:

3.10.1.1. Plaće zaposlenih u TIC – evima	461.961,53
--	------------

Izvršeno je u vidu 3 stalno zaposlenih djelatnika u TIC – u: dva informatora i voditelja marketinga. Također je na 3 mjeseca bio zaposlen informator s kojim je sklopljen ugovor preko Student servisa.

3.10.1.2. Materijalni rashodi TIC – eva	101.904,14
---	------------

U materijalne rashode spadaju svi oni rashodi vezani za održavanje TIC – eva (na adresama Trg Municipium Arba 8 i PC Mali Palit 69), a uključuju održavanje prostora, režije, naknade, nabavku materijala za rad.

3.10.1.3. Rashodi za projekt e Nautika	0,00
--	------

Projekt je ugašen.

Nositelj: TZG Rab

Realizacija aktivnosti 3.10.1. Upravljanje TIC -evima:

3.10.2. Upravljanje centrima za posjetitelje	0,00
--	------

Nisu predviđena sredstva jer TZG Rab ne upravlja zasad niti jednim centrom za posjetitelje.

3.10.3. Postavljanje infopunktova te postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Signalizacija u svrhu čim boljeg obilježavanja turističkih znamenitosti ili jednostavno prosljeđivanja servisnih informacija turistima i dalje se redovito radi u destinaciji te se redovito nadopunjava. Također se trudi svake godine bar neki od billboarda koji se nalaze na području Raba ili Jadranskoj magistrali prelijepiti novim motivima i na taj način zainteresirati nove turiste ili razveseliti stalne.

Ostvareni cilj aktivnosti:

3.10.3.1. Biciklistička signalizacija

U prošloj godini nije izvršena s obzirom da ju trebamo napraviti zajednički s TZO Lopar, a obje su turističke zajednice uslijed pandemijske turističke sezone bile prisiljene na štednju. Također nije definiran izgled tabli za označavanje, a koje TZ Kvarnera treba dati kao konačan prijedlog označavanja za sve destinacije s područja Kvarnera.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, Adria Bike Group

Realizacija: 0,00 kn

3.10.3.2. Ostala turistička signalizacija

Utrošenim iznosom se označilo uvale na području Kalifront s obrtom DM, s obzirom da su dotadašnje oznake bile oštećene, prebojane i zbunjivale su turiste i lokalno stanovništvo. Također je izrađena drvena konstrukcija te je postavljena, pri kraju staze Pidoka – Mel, koja je dotrajala.

Nositelj: TZG Rab, Obrt DM, obrt Braco

Realizacija: 30.819,75 kn

3.10.3.3. Smeđa signalizacija

I dalje se nadograđuje smeđa signalizacija i sve je više interesa za označavanje raznih znamenitosti, ali i poslovnih objekata, sve u cilju boljeg obavješćavanja turista. U protekloj se godini označila i najstarija rapska maslina, ali i praonice rublja.

Nositelj: TZG Rab, Beato signal

Realizacija: 4.162,50 kn

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

79.387,70 kn

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

24.067,80 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Kroz sustav eVisitor prati se stanje zaduženja turističke pristojbe. Upravo sukladno tom sustavu, Ured i TIC rade na naplati turističke pristojbe, a iako prema zakonskom okviru turistička zajednica nije dužna slati uplatnice za rate turističke pristojbe paušalcima, to se radi sve češće i redovitije, jer se utvrdilo da se upravo tim pristupom ipak uspije naplatiti veći dio duga.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Obveznicima koji redovito ne plaćaju obvezu turističke pristojbe, pored rada s Inspektoratom na naplati iste, šalju se obavijesne opomene o stanju dugovanja.

Kroz redovite koordinacije sa sustavom (TZ Kvarnera i HTZ) i Inspektoratom, Turistička zajednica grada Raba radi na čim boljem praćenju stanja dugovanja te prati da ne bi dug otišao u zastaru.

4.1.1. Upravljanje sustavom eVisitor

Utrošen je iznos od 5.738,20 kuna za slanje obavijesti i opomena dužnicima turističke pristojbe putem pošte.

4.1.2. Koordinacija s TZ Kvarnerom i HTZ – om

Kroz godinu se održavao čitav niz koordinacija sa sustavom. Neke su održane online, ali u 2021. većina se ipak održala onsite, ponajviše u proljetno-ljetnom razdoblju. Na koordinacijama se raspravljala tekuća problematika rada u posebnim uvjetima koronavirusa, ali i problematika naplate turističke pristojbe, teme vezane za oglašavanja i slično.

Nositelj: TZG Rab

Realizacija za aktivnost 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor : 24.067,80 kn

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

30.319,90 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Upravljanje kvalitetom u destinaciji uključuje posjećivanje Kvarnerskog dana turizma te Dana hrvatskog turizma. Oba događanja važna su destinaciju, s obzirom da okupljaju turističke djelatnike, potiču na izvrsnost kroz dodjelu nagrada i priznanja za najbolje. Nažalost, uslijed pandemije koronavirusa, ta su događanja ili potpuno izostala ili smanjena.

Pored navedenih događanja, upravljanje kvalitetom uključuje i rad s tvrtkom Feel IQM, s kojom se kroz prije navedene aktivnosti radi na cjelokupnom upravljanju kvalitetom. Koordinacije između gđe Šimičić i direktorice Ureda se odrađuju na tjednoj bazi. U prošloj su godini tim Feel IQM – a, direktorica Ureda i informatorica TIC – a Dragana Buza posjetili četrdesetak prijavljenih IQM dionika.

Ostvareni cilj aktivnosti:

4.2.1. Kvarnerski dan turizma, DHT

Nije se izvršilo jer se Kvarnerski dan turizma nije održao, a DHT se zbog cjelokupne situacije s koronavirusom održavao u posebnim uvjetima, te se procijenilo da ga je izglednije propustiti.

4.2.2. Upravljanje kvalitetom s Feel IQM – om, edukacije

Koordinacija cjelokupnog projekta IQM Destination, koji se temelji na održivom razvoju i odgovornom turizmu, postavljanju standarda kvalitete i praćenju rezultata, koordinacije i razvijanje novih turističkih proizvoda, stvaranju novih ekonomskih vrijednosti.

Iako je bilo u planu izvršiti i edukacije za iznajmljivače i dionike u turizmu, izvršen je samo dio online edukacija s Feel IQM – om, a onsite edukacije nisu izvršene zbog loše epidemiološke situacije. Svaki prijavljeni dionik ima mogućnost nakon ispunjenog upitnika o početnom stanju dobiti individualnu edukaciju sa audit izvještajem. Prema prijavi moguće održati dodatne online edukacije. Predviđeno je max. 50 individualnih edukacija i marketinških analiza godišnje.

Postavljaju se mjerenja učinkovitosti implementacije edukacija i znanja koje se dobiva iz audit izvješća sa implementacijom u praksi. Realizacijom audit izvješća osnažuje se poslovanje dionika projekta, te cjelokupna destinacija.

Nositelj: TZG Rab, Feel IQM

Realizacija: 20.840,00 kn

4.2.3. Dugogodišnji gosti

Već dugi niz godina Ured TZG Rab prigodnim prijemom u Uredu gostiju koji posjećuju grad Rab trideset i više godina, nagrađuje njihovu vjernost. Za tu se prigodu tiska plaketa te predvidi mali znak pažnje u vidu rapskih proizvoda.

Nositelj: TZG Rab

Realizacija: 9.479,90 kn

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

25.000,00 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Turistička zajednica grada Raba podupire rad KPA Amfora, vezano za čišćenje podmorja, te Zelenu čistku, jednodnevnu akcija čišćenja divljih odlagališta otpada, koja je najveći ekološki volonterski projekt u Hrvatskoj, a koja se radi u suradnji s Gradom Rabom.

Ostvareni cilj aktivnosti:

4.3.1. Akcije čišćenja podmorja

U razdoblju predsezona Klub podvodnih aktivnosti Amfora svojim radnim akcijama je i prošle godine imao akcije čišćenja podmorja rapskih plaža i uvala, kako bi ih pripremila za turističku sezonu. Iznosom koji se za njih predvidi, KPA Amfora pokriva svoje troškove održavanja opreme.

Nositelj: TZG Rab, KPA Amfora

Realizacija: 10.000,00 kn

4.3.2. Uređenje mjesta/plaža

Ove godine sufinanciranje nije izvršeno jer projekt Zelene čistke nije proveden na Rabu

Nositelj: TZG Rab, Grad Rab

Realizacija: 0,00 kn

4.3.3. Potpora udrugama i klubovima za održavanje pješačkih, biciklističkih i planinarskih staza

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Pod ovom aktivnošću sadržane su potpore koje pruža turistička zajednica Biciklističkom klubu Mag i Planinarskom društvu Kamenjak. Sve staze na području otoka Raba zajednički se trudi održavati sustav turističkih zajednica i JLS – a. Radnim akcijama rapski klubovi i društva održavaju staze koje i sami koriste, ali koriste ih turisti koji dolaze u destinaciju u rekreativne svrhe.

Ostvareni cilj aktivnosti: Potpisanim ugovorima za sufinanciranje, BK Mag i PD Kamenjak, redovito se podupiru klub i društvo, kako bi im se pokrili osnovni troškovi nabavke materijala i sve ostalo potrebno za održavanje staza. Uz pomoć BK Mag uspjela se urediti trasa za 4 Islands utrku, ali Rab Island Hero. Uređenje i održavanje biciklističkih i pješačkih staza je iznimno važno, s obzirom da destinacija postaje sve prepoznatljivija kao outdoor destinacija.

Nositelj: TZG Rab, PD Kamenjak, BK Mag

Realizacija: 15.000,00 kn

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

600,00 kn

Direktorica Ureda je članica Skala organizacije.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

688.668,33 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U administrativne poslove spada čitav niz aktivnosti koji se tiču Ureda TZG Rab.

Ostvareni cilj aktivnosti:

6.1. Plaće zaposlenih u Uredu TZG Rab

399.509,06

Uključeni su rashodi plaća za direktoricu Ureda i blagajnika – administratora.

6.2. Materijalni rashodi Ureda TZG Rab

276.166,58

Uključeni su rashodi održavanja Ureda, naknada, režija, službenog vozila i slično.

6.3. Stručno usavršavanje zaposlenika

0,00

U 2021. godini nije izvršeno uslijed korona virusa.

6.4. Tijela turističke zajednice

11.852,69

Iznos koje je utrošen za ova Tijela odnosi se na trošak tiskanja materijala, slanje poštom materijala za sjednice i ugostiteljske usluge.

6.4.1. Turističko vijeće

2.000,00

6.4.2. Skupština

9.852,69

6.5. Troškovi poslovanja mreže predstavništva/ispostava

1.140,00

Manji iznos je utrošen za skladištenje materijala koji se zatim dostavlja predstavništvima ili šalje na sajmove.

Nositelj: TZG Rab

Realizacija aktivnosti Administrativni poslovi: 688.668,33 kn

7. REZERVA

Rezerva iz 2021. godine se nalazi u prenesenim prihodima.

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Iz prethodne godine ne prenosi se manjak.

TABLICA PRIHODA I RASHODA – PLAN – 2. REBALANS I REALIZACIJA PLANA U 2021. GODINI

		PRIHODI	Plan 2021.	2. Rebalans 2021.	Indeks 2. Rebalans 2021./Plan 2021.	Realizacija 2021.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija /rebalans
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.		Izvorni prihodi	3.697.442,52	3.055.000,00	82,62	2.997.850,14	86,64	98,13
	1.1.	Turistička pristojba	3.073.495,02	2.655.000,00	86,38	2.593.026,17	74,94	97,67
	1.1.1.	Turistička pristojba tekuća godina	2.863.495,02	2.230.000,00	77,88	2.181.308,91	63,04	97,82
	1.1.2.	Turistička pristojba prethodne godine	110.000,00	75.000,00	68,18	70.909,66	2,05	94,55
	1.1.3.	Turistička pristojba plovni objekti	100.000,00	350.000,00	350,00	340.807,60	9,85	97,37
	1.2.	Članarina	623.947,50	400.000,00	64,11	404.823,97	11,70	101,21
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	410.500,00	132.500,00	32,28	128.957,05	3,73	97,33
	3.1.	Sufinanciranje manifestacija	150.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3.2.	Sufinanciranje PR - a, novinara	30.000,00	80.000,00	266,67	84.784,55	2,45	105,98
	3.3.	Sufinanciranje sajmovi i prezentacija	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3.4.	Sufinanciranje udruženog oglašavanja s TZO Lopar	22.500,00	22.500,00	100,00	20.000,00	0,58	88,89
	3.5.	Sufinanciranje tiskanog materijala	45.000,00	30.000,00	66,67	24.172,50	0,70	80,58
	3.6.	Refundacija e Nautika	113.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4.		Prihodi iz EU fondova	1.120.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	4.1.	Prihodi iz natječaja LAGUR - a	1.120.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	66.000,00	3.680,00	5,58	3.680,00	0,11	100,00
	5.1.	Prihodi od sponzorstava	60.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	5.2.	Prihodi od prodaje biciklističke karte	6.000,00	3.680,00	61,33	3.680,00	0,11	100,00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0,00	301.633,77	0,00	301.633,77	8,72	100,00
7.		Ostali prihodi	60.000,00	21.851,49	36,42	27.971,49	0,81	128,01
	7.1.	Sufinanciranje projekata/manifestacija	60.000,00	20.059,67	33,43	25.046,37	0,72	124,86
	7.2.	Kamate od Leasinga auto-preplaćene i ostali prihodi	0,00	1.791,82	0,00	2.925,12	0,08	163,25
		UKUPNO OD 1-7	5.374.442,52	3.514.665,26	65,40	3.460.092,45	100,00	98,45
		AKTIVNOSTI	Plan 2021.	2. Rebalans 2021.	Indeks 2. Rebalans 2021./Plan 2021.	Realizacija 2021.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija /rebalans
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	10.000,00	10.000,00	100,00	10.000,00	0,40	100,00

1.1.	Izrada strateških/operativnih/ko munikacijskih/akcijskih dokumenata	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0,00	10.000,00	0,00	10.000,00	0,40	100,00
1.2.1.	Mystery guest	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2.2.	Istraž.tržišta s Feel IQM d.o.o.	0,00	10.000,00	0,00	10.000,00	0,40	100,00
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	2.096.000,00	1.069.386,40	51,02	487.267,26	19,72	45,57
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	30.000,00	20.000,00	66,67	19.023,45	0,77	95,12
2.1.1.	Destinacijski brend menadžment	20.000,00	10.000,00	50,00	9.023,45	0,37	90,23
2.1.2.	Osmišljavanje novih turističkih proizvoda za grupe i individualce	10.000,00	10.000,00	100,00	10.000,00	0,40	100,00
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	10.000,00	15.000,00	150,00	13.464,10	0,55	89,76
2.2.1.	Oznake kvalitete u susradnji s TZ Kvarner	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.2.2.	Originalni rapski suvenir	5.000,00	5.000,00	100,00	3.464,10	0,14	69,28
2.2.3.	Sustav označ. Kvalit. S Feel IQM d.o.o.	0,00	10.000,00	0,00	10.000,00	0,40	100,00
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	706.000,00	334.386,40	47,36	313.408,26	12,69	93,73
2.3.1.	Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno zabavnih, sportskih i sl. manifestacija u destinaciji	655.000,00	286.386,40	43,72	269.141,03	10,89	93,98
2.3.1.1.	Rabska fjera	180.000,00	71.244,36	39,58	71.744,36	2,90	100,70
2.3.1.2.	Najljepši otočni advent	80.000,00	40.000,00	50,00	27.279,24	1,10	68,20
2.3.1.3.	4 Islands MTB	20.000,00	22.000,00	110,00	21.980,00	0,89	99,91
2.3.1.4.	4 Islands RUN	70.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.1.5.	Underwater Photo Marathon	100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.1.6.	Rab Island Hero	50.000,00	52.207,84	104,42	52.207,84	2,11	100,00
2.3.1.7.	Uskrs na Rabu	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.1.8.	Kanata	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.1.9.	Rab Archaeological Traces	75.000,00	50.000,00	66,67	44.995,39	1,82	89,99
2.3.1.10	Pogled u plavo	40.000,00	50.934,20	127,34	50.934,20	2,06	100,00
2.3.1.11	Posezonske aktivnosti za turiste	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.2.	Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije	51.000,00	48.000,00	94,12	44.267,23	1,79	92,22
2.3.2.1.	Rab sport fest (Triatlon)	15.000,00	15.000,00	100,00	15.000,00	0,61	100,00
2.3.2.2.	Rab Trail	5.000,00	5.000,00	100,00	5.000,00	0,20	100,00
2.3.2.3.	Udičarenje	5.000,00	5.000,00	100,00	5.000,00	0,20	100,00
2.3.2.4.	Kup u podvodnom ribolovu	3.000,00	3.000,00	100,00	3.000,00	0,12	100,00
2.3.2.5.	Big game natjecanje	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.2.6.	Križi	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.2.7.	Ostala sufinanciranja manifestacija	10.000,00	20.000,00	200,00	16.267,23	0,66	81,34
2.4.	Turistička infrastruktura	1.180.000,00	560.000,00	47,46	1.371,45	0,06	0,24

	2.4.1.	Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva. Grada Raba	1.150.000,00	550.000,00	47,83	1.371,45	0,06	0,25
	2.4.2.	Ostali projekti financirani iz EU fondova	30.000,00	10.000,00	33,33	0,00	0,00	0,00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	170.000,00	140.000,00	82,35	140.000,00	5,67	100,00
	2.5.1.	Rapske viteške igre	20.000,00	5.000,00	25,00	5.000,00	0,20	100,00
	2.5.2.	Rapske glazbene večeri	30.000,00	30.000,00	100,00	30.000,00	1,21	100,00
	2.5.3.	Nastupi klapa	20.000,00	20.000,00	100,00	20.000,00	0,81	100,00
	2.5.4.	Nastupi folklora	20.000,00	20.000,00	100,00	20.000,00	0,81	100,00
	2.5.5.	Nastupi limene glazbe	20.000,00	5.000,00	25,00	5.000,00	0,20	100,00
	2.5.6.	Rapsko likovno ljetovanje	10.000,00	10.000,00	100,00	10.000,00	0,40	100,00
	2.5.7.	Brodska linija RAB-BARBAT-RAB	50.000,00	50.000,00	100,00	50.000,00	2,02	100,00
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.963.000,00	1.429.306,16	72,81	1.204.534,59	48,76	84,27
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	30.000,00	20.000,00	66,67	0,00	0,00	0,00
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	345.000,00	337.000,00	97,68	274.950,34	11,13	81,59
	3.2.1.	Oglašavanje kroz online kanale	210.000,00	195.000,00	92,86	199.438,58	8,07	102,28
	3.2.1.1.	Samostalno online oglašavanje	80.000,00	70.000,00	87,50	76.438,58	3,09	109,20
	3.2.1.2.	Udruženo online oglašavanje s dionicima privatnog sektora	50.000,00	45.000,00	90,00	45.000,00	1,82	100,00
	3.2.1.3.	Društvene mreže	80.000,00	80.000,00	100,00	78.000,00	3,16	97,50
	3.2.2.	Oglašavanje kroz offline kanale (TV oglašavanje, oglašavanje u tisku)	80.000,00	100.000,00	125,00	57.624,58	2,33	57,62
	3.2.3.	Suvenir i promo materijali	55.000,00	42.000,00	76,36	17.887,18	0,72	42,59
	3.2.3.1.	Suvenir	5.000,00	7.000,00	140,00	5.067,93	0,21	72,40
	3.2.3.2.	Banneri	5.000,00	5.000,00	100,00	0,00	0,00	0,00
	3.2.3.3.	Promo vrećice	5.000,00	10.000,00	200,00	7.936,75	0,20	48,83
	3.2.3.4.	Zastave	10.000,00	10.000,00	100,00	4.882,50	0,00	0,00
	3.2.3.5.	City light	30.000,00	10.000,00	33,33	0,00	0,00	0,00
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	165.000,00	87.000,00	52,73	64.468,06	2,61	74,10
	3.3.1.	Globalni PR	80.000,00	30.000,00	37,50	31.515,56	1,28	105,05
	3.3.1.1.	PR Njemačka	50.000,00	20.000,00	40,00	23.373,00	0,95	116,87
	3.3.1.2.	PR Slovenija	30.000,00	10.000,00	33,33	8.142,56	0,33	81,43
	3.3.2.	Domaći PR	40.000,00	20.000,00	50,00	4.624,50	0,19	23,12
	3.3.3.	Studijska putovanja	45.000,00	37.000,00	82,22	28.328,00	1,15	76,56
	3.3.3.1.	Novinari	40.000,00	30.000,00	75,00	21.585,46	0,87	71,95
	3.3.3.2.	Agenti	5.000,00	7.000,00	140,00	6.742,54	0,27	96,32
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	133.000,00	145.306,16	109,25	139.666,16	5,65	96,12
	3.4.1.	Udruženo oglašavanje s TZO Lopar	45.000,00	45.000,00	100,00	40.000,00	1,62	88,89
	3.4.2.	Avio oglašavanje s TZ Kvarner	63.000,00	32.000,00	50,79	31.360,00	1,27	98,00
	3.4.3.	Udruženo oglašavanje "Kvarnerski otoci"	25.000,00	68.306,16	273,22	68.306,16	2,76	100,00
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3.5.1.	Sajmovi	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3.5.1.1.	Beč, Austrija	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3.5.1.2.	München, Njemačka	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

3.5.1.3.	Stuttgart, Njemačka	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.5.2.	Posebne prezentacije	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	30.000,00	20.000,00	66,67	15.323,11	0,62	76,62
3.6.1.	Studijska putovanja novinara u suradnji s TZ Kvarner i HTZ	20.000,00	12.000,00	60,00	10.425,57	0,42	86,88
3.6.2.	Studijska putovanja agenata u suradnji s TZ Kvarner i HTZ	10.000,00	8.000,00	80,00	4.897,54	0,20	61,22
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	230.000,00	82.000,00	35,65	54.837,60	2,22	66,88
3.7.1.	Imidž brošura	50.000,00	50.000,00	100,00	8.675,00	0,35	17,35
3.7.2.	Rab experience brošura	70.000,00	10.000,00	14,29	22.297,60	0,90	222,98
3.7.3.	Info karta - grad i otok Rab	40.000,00	12.000,00	30,00	21.565,00	0,87	179,71
3.7.4.	Kalendar događanja	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.7.5.	Biciklistička karta otoka	15.000,00	10.000,00	66,67	2.300,00	0,09	23,00
3.7.6.	Leci i separati	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.7.7.	Brošura arheoloških nalazišta grada Raba	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.8.	Internetske stranice	100.000,00	80.000,00	80,00	47.311,19	1,92	59,14
3.8.1	Upravljanjem sadržajem na internetskim stranicama	30.000,00	20.000,00	66,67	2.337,75	0,09	11,69
3.8.2.	Razvoj i održavanje internetskih stranica	70.000,00	60.000,00	85,71	44.973,44	1,82	74,96
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	40.000,00	25.000,00	62,50	9.130,21	0,37	36,52
3.9.1.	Uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	10.000,00	5.000,00	50,00	890,63	0,04	17,81
3.9.2.	Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	20.000,00	5.000,00	25,00	0,00	0,00	0,00
3.9.3.	Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i HTZ	10.000,00	15.000,00	150,00	8.239,58	0,33	54,93
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	850.000,00	633.000,00	74,47	598.847,92	24,24	94,60
3.10.1.	Upravljanje TIC - evima	760.000,00	593.000,00	78,03	563.865,67	22,82	95,09
3.10.1.1.	Plaće zaposlenih u TIC - evima	500.000,00	463.000,00	92,60	461.961,53	18,70	99,78
3.10.1.2.	Materijalni rashodi TIC - eva	140.000,00	130.000,00	92,86	101.904,14	4,12	78,39
3.10.1.3.	Rashodi za projekt e Nautika	120.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.10.2.	Upravljanje centrima za posjetitelje	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.10.3.	Postavljanje infopunktova te postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave	90.000,00	40.000,00	44,44	34.982,25	1,42	87,46
3.10.3.1.	Biciklistička signalizacija	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.10.3.2.	Ostala turistička signalizacija	20.000,00	30.000,00	150,00	30.819,75	1,25	102,73
3.10.3.3.	Smeđa signalizacija	20.000,00	10.000,00	50,00	4.162,50	0,17	41,63
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	100.000,00	95.000,00	95,00	79.387,70	3,21	83,57
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	25.000,00	30.000,00	120,00	24.067,80	0,97	80,23
4.1.1.	Upravljanje sustavom eVisitor	10.000,00	10.000,00	100,00	5.738,20	0,23	57,38
4.1.2.	Koordinacija s TZ Kvarnerom i HTZ - om	15.000,00	20.000,00	133,33	18.329,60	0,74	91,65

4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	35.000,00	40.000,00	114,29	30.319,90	1,23	75,80
4.2.1.	Kvarnerski dan turizma, DHT	15.000,00	5.000,00	33,33	0,00	0,00	0,00
4.2.2.	Upravljanje kvalitetom s Feel IQM, edukacije	20.000,00	25.000,00	125,00	20.840,00	0,84	83,36
4.2.3.	Dugogodišnji gosti	0,00	10.000,00	0,00	9.479,90	0,38	94,80
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	40.000,00	25.000,00	62,50	25.000,00	1,01	100,00
4.3.1.	Akcije čišćenja podmorja	10.000,00	10.000,00	100,00	10.000,00	0,40	100,00
4.3.2.	Uređenje mjesta/plaža	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4.3.3.	Potpora udrugama i klubovima za održavanje pješačkih, biciklističkih i planinarskih staza	20.000,00	15.000,00	75,00	15.000,00	0,61	100,00
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0,00	600,00	0,00	600,00	0,02	100,00
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0,00	600,00	0,00	600,00	0,02	100,00
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	715.000,00	710.000,00	99,30	688.668,33	27,88	97,00
6.1.	Plaće zaposlenih u Uredu TZG Rab	400.000,00	400.000,00	100,00	399.509,06	16,17	99,88
6.2.	Materijalni rashodi Ureda TZG Rab	280.000,00	280.000,00	100,00	276.166,58	11,18	98,63
6.3.	Stručno usavršavanje zaposlenika	10.000,00	10.000,00	100,00	0,00	0,00	0,00
6.4.	Tijela turističke zajednice	20.000,00	15.000,00	75,00	11.852,69	0,48	79,02
6.4.1.	Turističko vijeće	10.000,00	5.000,00	50,00	2.000,00	0,08	40,00
6.4.2.	Skupština	10.000,00	10.000,00	100,00	9.852,69	0,40	98,53
6.5.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	5.000,00	5.000,00	100,00	1.140,00	0,05	22,80
7.	REZERVA	110.000,00	170.000,00	154,55	0,00	0,00	0,00
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	379.318,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	SVEUKUPNO 1	5.373.318,33	3.484.292,56	64,84	2.470.457,88	100,00	70,90
9.	FONDOVI - posebne namjene	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	SVEUKUPNO 2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	5.373.318,33	3.484.292,56	64,84	2.470.457,88	100,00	70,90
	VIŠAK/MANJAK PRIHODA	1.124,19	30.372,70		989.634,57		

3. ZAKLJUČAK

Prema usvojenom 2. Rebalansu, ukupno planirani prihod za 2021. godinu iznosili su 3.514.665,26 kn, što je 65,40% od prihoda planiranih po Planu i programu za 2021. godinu.

Međutim, za napomenuti je da je u Planu za 2021. godinu planirana realizacija prihoda iz EU fondova (LAGUR Tramuntana) u iznosu od 1.120.500,00 kn, što nije ostvareno jer je projekt realiziran samo u prvoj fazi, pa će sredstva biti povučena u 2022. godini kad cijeli Projekt bude realiziran.

Izvorni prihodi - Prihodi od turističke pristojbe i članarine ostvareni su u 98% iznosu u odnosu na planirano u 2. Rebalansu.

Kako su odlukom MINTS – a smanjeni iznosi paušala turističke pristojbe i članarine, tako se i turističke zajednica morala prilagoditi nastaloj situaciji.

U 2021. godini su ukupni prihodi ostvareni u iznosu od 3.460.092,45 kn, što je za 2% manje od onog planiranog iznosa u 2. Rebalansu.

Prema planu i programu za 2021. godinu planirani iznos Aktivnosti - rashoda bio je 4.994.000,00 kn, uslijed očekivanog povratka u normalne tekove turizma. Unatoč tome, pandemija korona virusa je utjecala na izvršavanje većeg dijela Aktivnosti pa je 2. Rebalansom planiranje usklađeno sa ostvarenjem koje se realno očekivalo do kraja poslovne 2021. godine, o čemu je bilo riječi u prethodnom tekstu.

Aktivnosti su ostvarene u iznosu od 2.470.457,88 kn, što je za 29% manje od planiranog 2. Rebalansom.

Pored ostvarenih aktivnosti koje direktno terete rashode poslovanja u iznosu od 2.470.457,88 kn, tijekom 2021. Godine je uloženo u stalnu imovinu i promotivne materijale, što po bilančnim principima ne ulazi direktno u troškove, već se troškove tereti za nabavljena stalnu imovinu obračunom godišnje amortizacije, a kod promotivnog materijala utroškom tijekom godina.

Ukupni odljev sredstava za ulaganja iznosi:

- U stalnu imovinu309.240,11 kn
- U promotivni materijal.....109.075,00 kn

što je analitički prikazano u tablicama u nastavku.

	PLAN 2021.	1.REBALANS 2021.	2.REBALANS 2021.	OSTVARENJE 1.-12./2021.
UKUPNI PRIHOD	5.374.442,52	4.175.635,34	3.514.665,26	3.460.092,45
UKUPNI RASHODI	4.995.124,19	4.170.600,00	3.484.292,56	2.470.457,88
MANJAK PRIHODA IZ PRET.G.	0,00	0,00	0,00	0,00
VIŠAK PRIHODA - PRIJENOS	0,00	301.633,77	301.633,77	301.633,77
MANJAK PRIHODA - PRIJENOS	-379.318,33	0,00	0,00	0,00
UKUPAN VIŠAK/MANJAK PRIHODA RAZDOBLJA	1.124,19	5.035,34	30.372,70	989.634,57

ULAGANJA U OSNOVNA SREDSTVA PO PROJEKTIMA U 2021. GODINI			
PROJEKT-AKTIVNOST	KONTO U BILANCI		IZNOS
II-2319	012401-MOB.APLIKACIJA - POV.VRIJED.		16.500,00 kn
			24.750,00 kn
II-241	012402-VIRT.MUZEJ RIB.POM-BRODGR.		243.300,00 kn

II-2312	02280-NAJLJEPŠI OTOČNI ADVENT		4.900,00 kn
III-31012	02210 - TIC		3.089,00 kn
VI-62	02216-URED		4.899,61 kn
VI-62	02223-URED		9.600,00 kn
VI-62	0261-URED		2.201,50 kn
	UKUPNO :		309.240,11 kn
ULAGANJA U PROMOTIVNI MATERIJAL - EVIDENTIRAN NA ZALIHAMA U BILANCI			
PROJEKT-AKTIVNOST	KONTO U BILANCI		IZNOS
III-371	0614-3-Image brušura		39.000,00
III-372	0614-2-Rab experience brošura		41.575,00
III-373	0614-1 - Info karta - grad i otok Rab		28.500,00
UKUPNO:			109.075,00

Dakle, važno je napomenuti kako se navedena ulaganja ne prikazuju u tablicama koje se pripremaju za Tijela TZG Rab, već u analitičkim tablicama po kontnom planu, koje su po novoj Metodologiji još razrađenije nego u prethodnim godišnjim izvještajima.

Prema gornjim tablicama, TZG Rab je izvršila ulaganja u stalnu imovinu i zalihe promotivnog materijala u iznosu od **418.315,11 kuna**.

Prema godišnjem financijskom izvješću po kontnom planu ostvaren je višak prihoda u iznosu od **989.634,57 kn**.

Stanje sredstava na žiro računu na dan 31. 12. 2021. godine iznosi **571.319,46 kn** (višak prihoda 989.634,57 kn – 418.315,11 kn ulaganja u stalnu imovinu i zalihe promotivnog materijala).

Raspoloživa sredstva na žiro računu koristi će se za tekuću likvidnost u periodu 2022. godine kada je priljev izvornih prihoda minimalan.

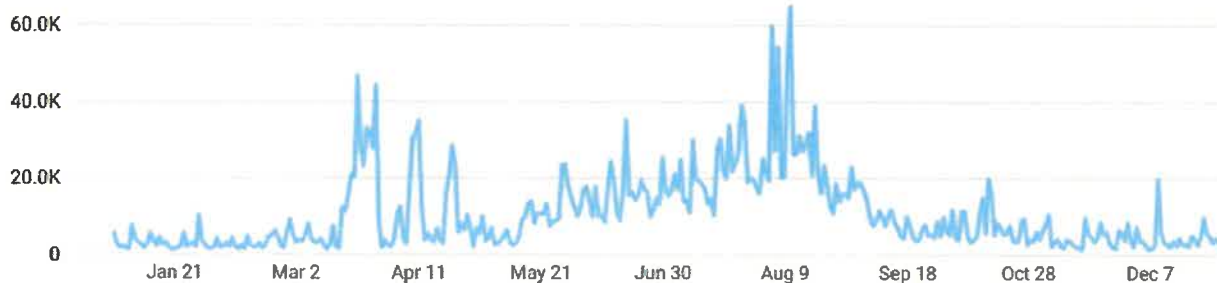
Ivana Matušan, mag.oec.
Direktorica Ureda TZG Rab

PRILOG 1. – IZVJEŠTAJ SA SLUŽBENIH DRUŠTVENIH MREŽA RAB THE HAPPY ISLAND

Tokom 2021. godine zabilježena je standardna aktivnost korisnika na obojim društvenim mrežama s normalnom količinom upita i vrlo malenim brojem negativnih komentara i poruka. Komentari i *engagement* korisnika na objavama su očekivani i također zadovoljavajući. Instagram bilježi porast od oko 500 followera kroz 2021. godinu. Facebook bilježi više nego zadovoljavajući doseg kako organskih tako i plaćenih objava kroz 2021. godinu.

Facebook Page Reach ⓘ

1,758,161 ↑ 34.5%



Paid Reach ⓘ

491K ↑ 47%

Paid Impressions ⓘ

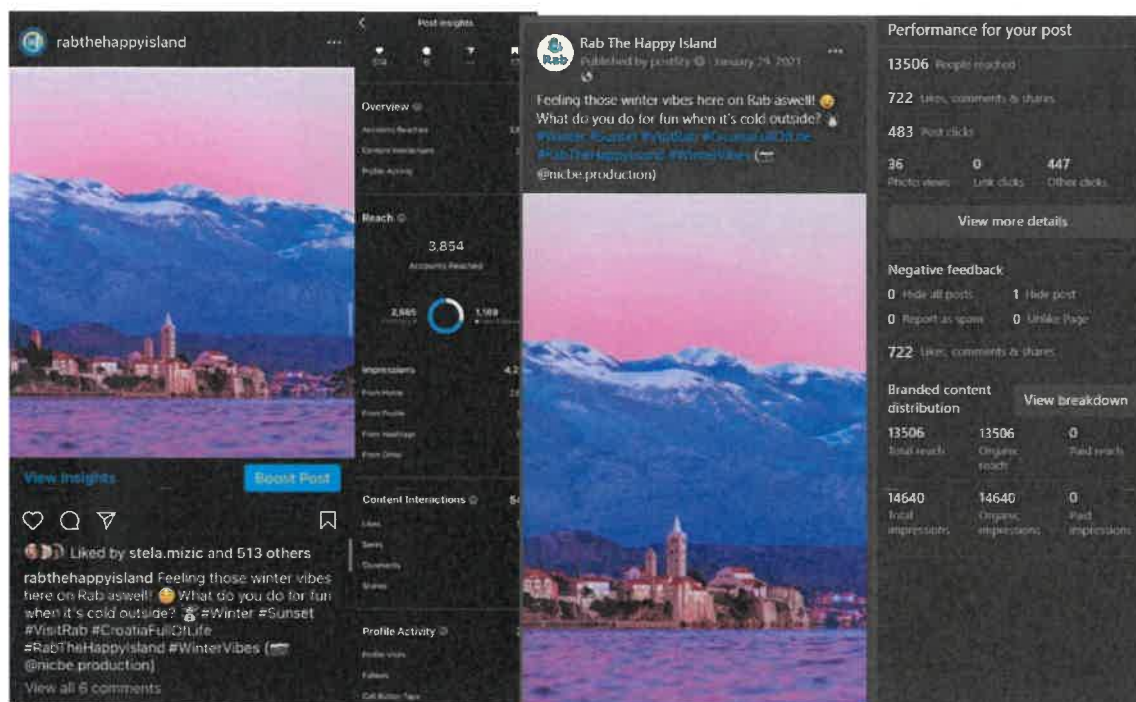
928.4K ↑ 63.5%



Siječanj 2021.

12.01.2021.	Plan objava na društvenim mrežama za siječanj
16.01.-22.01.2021.	Rad na priopćenjima za mjerenje kvalitete IQM i dodjeli sredstava za projekt Virtualnog muzeja
26.01.2021.	Rad na priopćenju za portal turistickeprice.hr

Najuspješnija organska objava na Instagramu: Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Veljača 2021.

02.02.2021.	Prijedlog objava na društvenim mrežama za veljaču
10.02.2021.	Slanje godišnjeg izvještaja za 2020. godinu
21.02.2021.	Objava na Facebooku za Dan vodiča UTV Rab

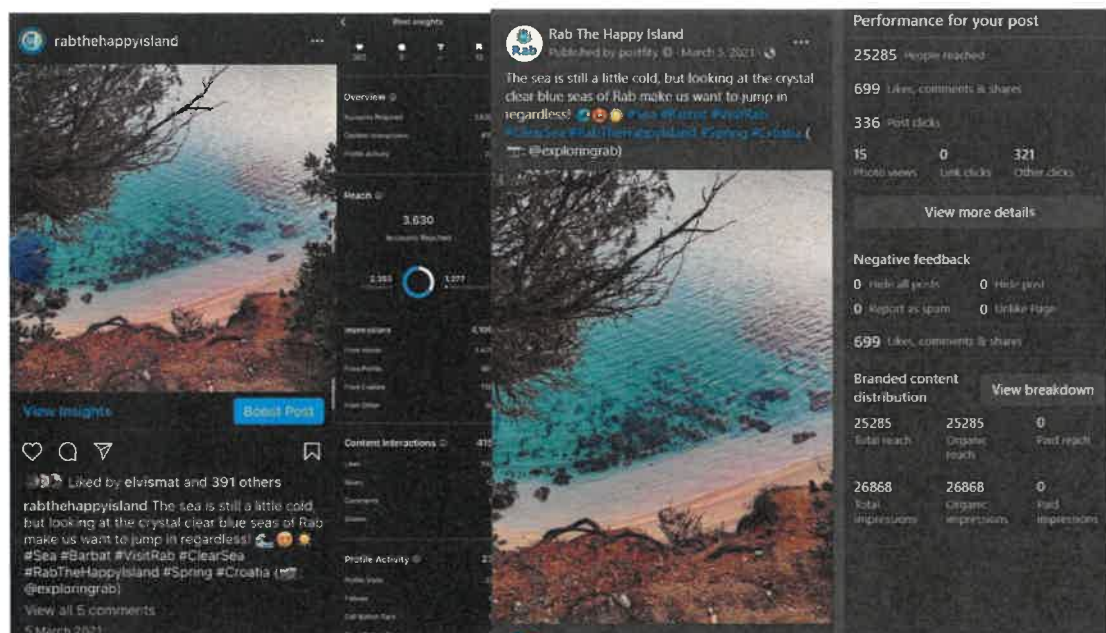
Najuspješnija organska objava na Instagramu: Najuspješnija organska objava na Facebooku:



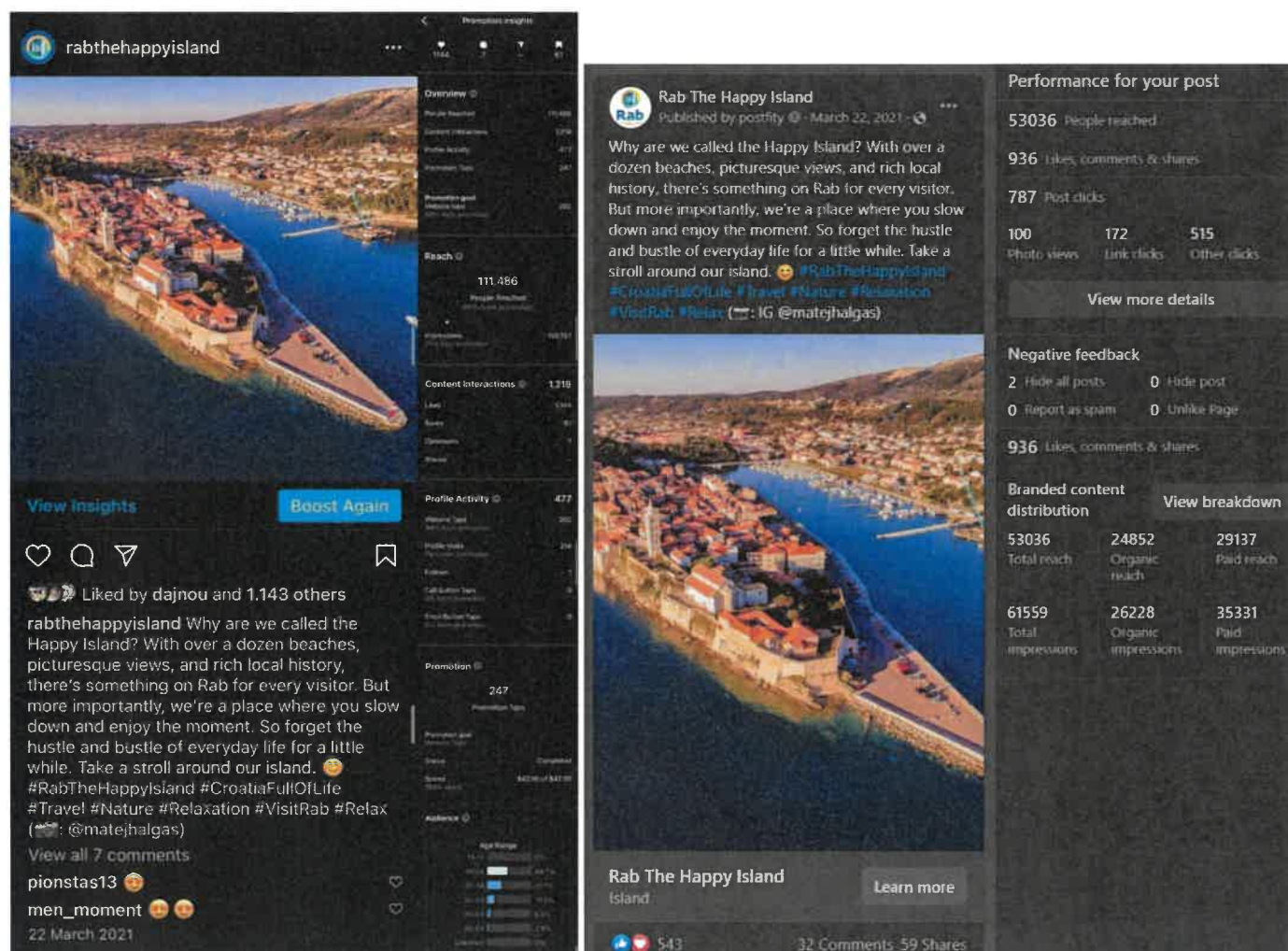
Ožujak 2021.

09.03.2021.	Plan objava na društvenim mrežama za ožujak
18.03.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
23.03.2021.	Rad na objavi za provedenu anketu IQM Destination Rab

Najuspješnija organska objava na Instagramu: Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Najuspješnija plaćena objava na Instagramu: Najuspješnija plaćena objava na Facebooku:

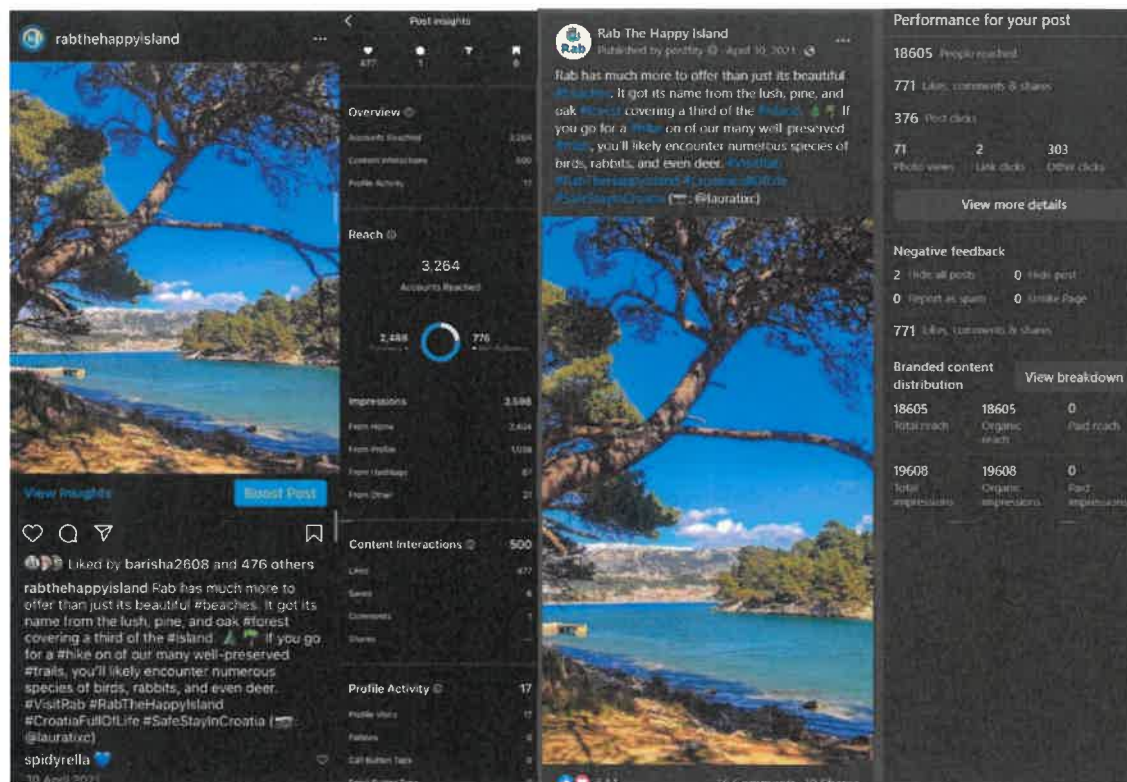


Travanj 2021.

07.04.2021.	Plan objava na društvenim mrežama za prvu polovicu travnja
14.04.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
15.04.2021.	Dovršeni plan objava na društvenim mrežama za travanj
23.04.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta

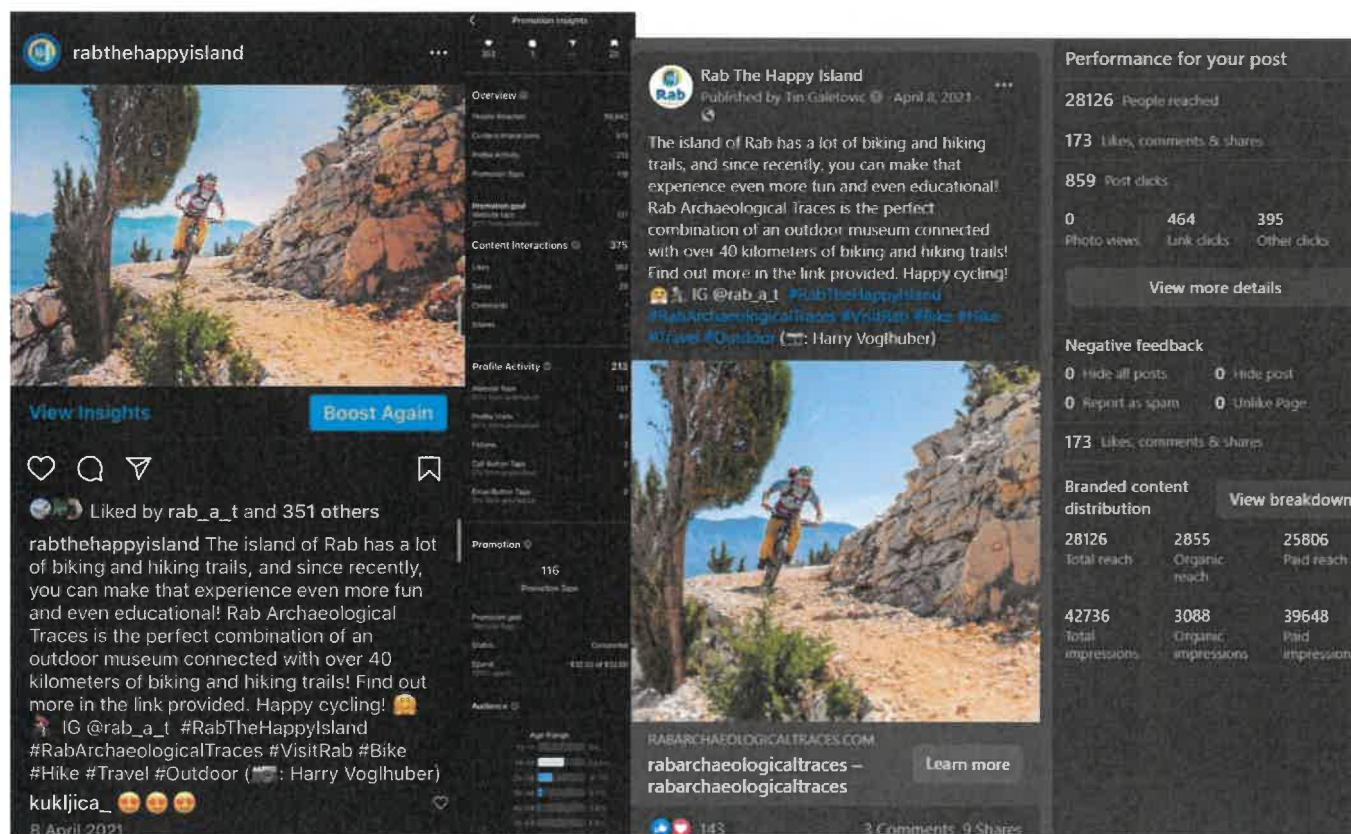
Najuspješnija organska objava na Instagramu:

Najuspješnija organska objava na Facebooku:



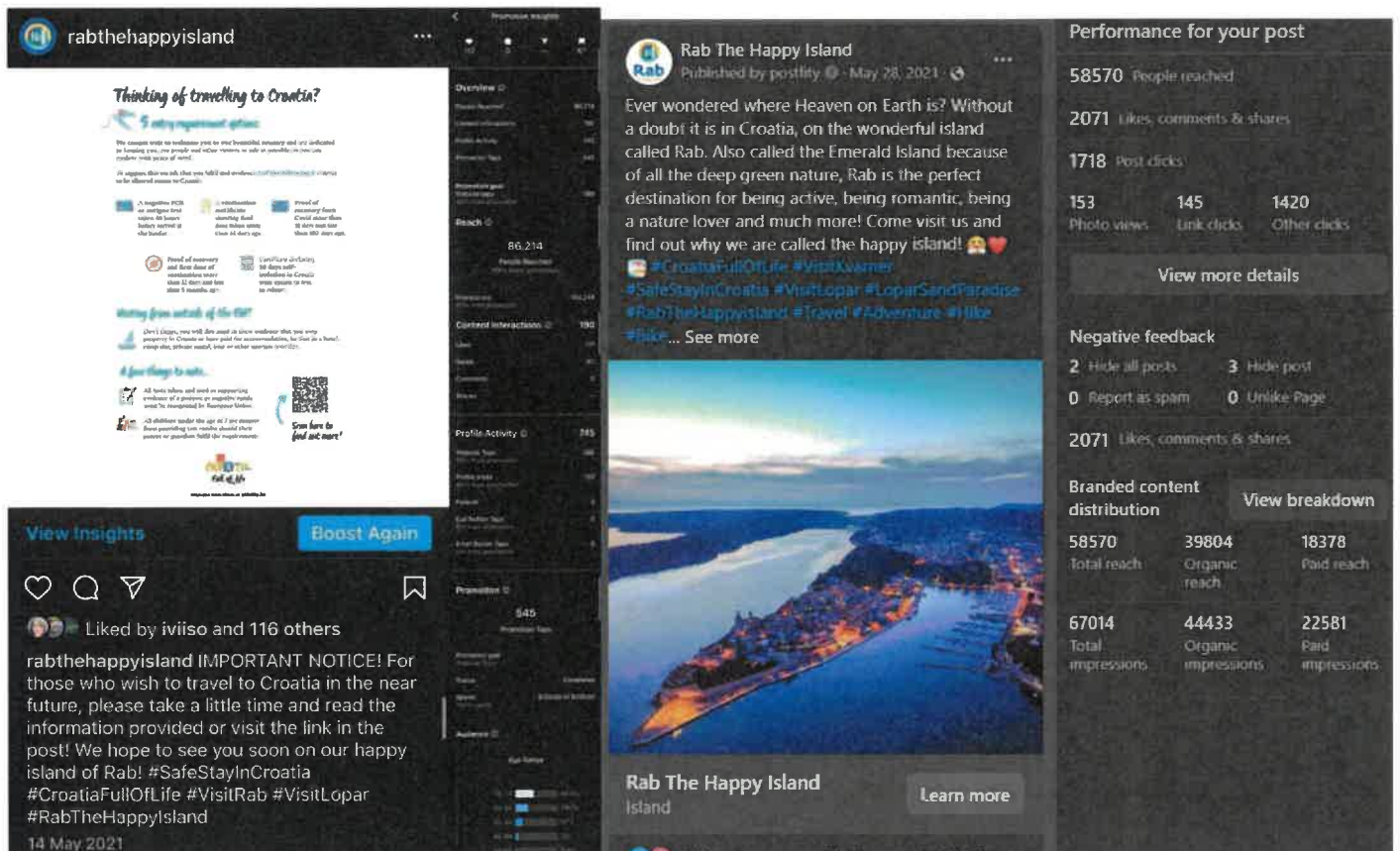
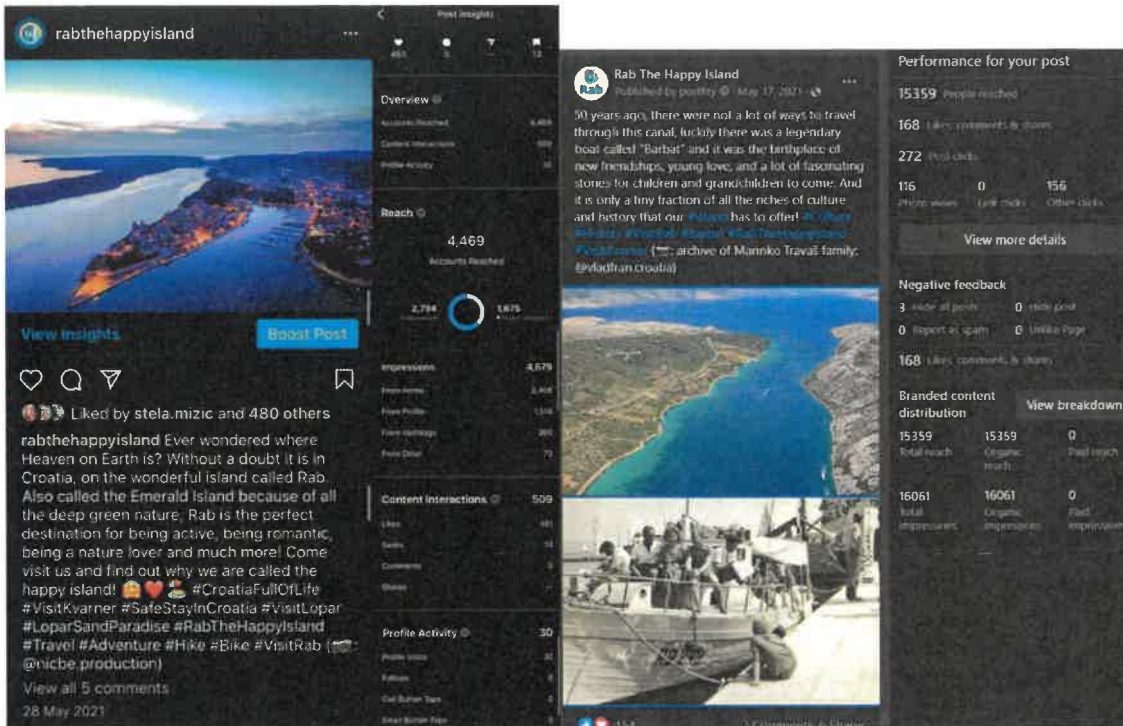
Najuspješnija plaćena objava na Instagramu:

Najuspješnija plaćena objava na Facebooku:



13.05.2021.

Dogovaranje oko objava vezanih za #safestayincroatia kampanju

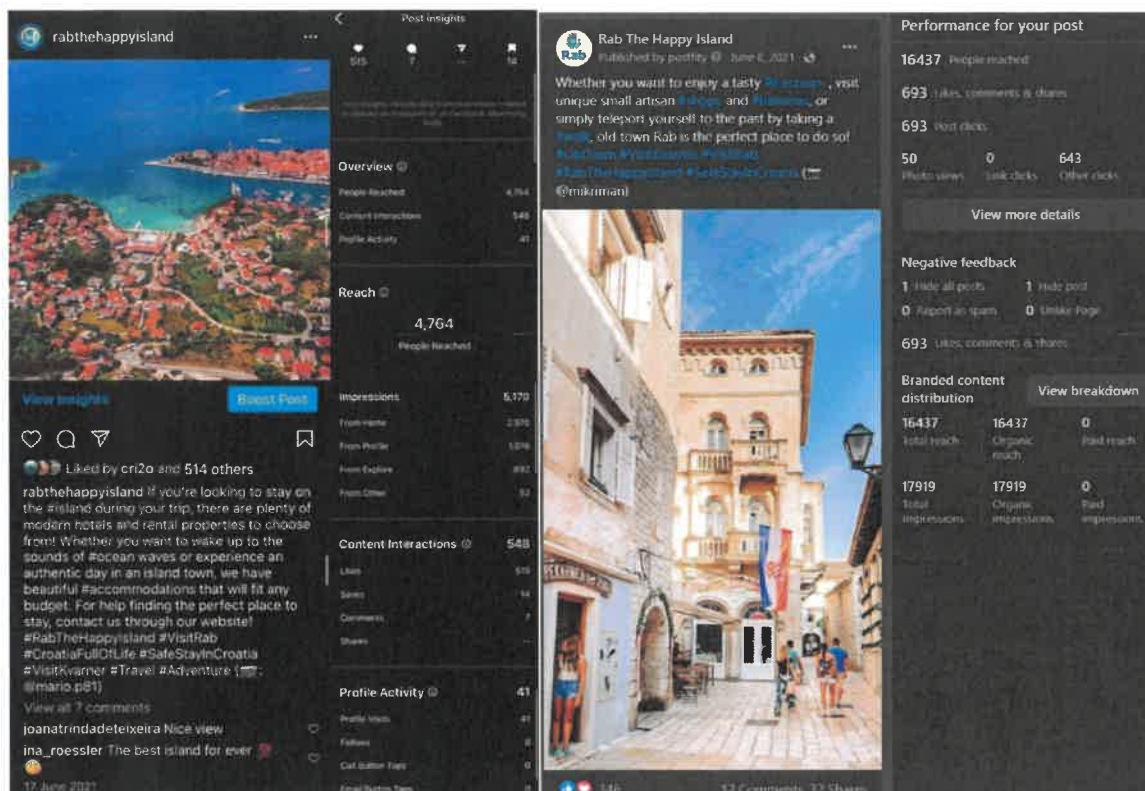


Lipanj 2021.

02.06.2021.	Rješavanje upita u inboxu Facebooka
04.06.2021.	Plan objava na društvenim mrežama za lipanj
09.06.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
10.06.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
18.06.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
23.06.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
30.06.2021.	Postavljanje videa na YouTube kanal
30.06.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta

Najuspješnija organska objava na Instagramu:

Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Najuspješnija plaćena objava na Facebooku i Instagramu:



Rab The Happy Island
 Published by postfity · June 17, 2021 ·

If you're looking to stay on the [#island](#) during your trip, there are plenty of modern hotels and rental properties to choose from! Whether you want to wake up to the sounds of [#ocean](#) waves or experience an authentic day in an island town, we have beautiful [#accommodations](#) that will fit any budget. For help finding the perfect place to stay, contact us through our website!
[#RabTheHappyIsland](#) [#VisitRab](#) [#CroatiaFullOfLife](#) [#SafeStayInCroatia](#) [#VisitKvarner](#) [#Travel](#) [#Adventure](#) (📩: @mario.pejic81)



Rab The Happy Island
 Island

Book now


445

19 Comments · 36 Shares

Performance for your post

68171 People reached

677 Likes, comments & shares

1262 Post clicks

165 Photo views

425 Link clicks

672 Other clicks

View more details

Negative feedback

2 Hide all posts

2 Hide post

0 Report as spam

0 Unlike Page

677 Likes, comments & shares

Branded content distribution

View breakdown

68171 Total reach

37287 Organic reach

31383 Paid reach

79731 Total impressions

38930 Organic impressions

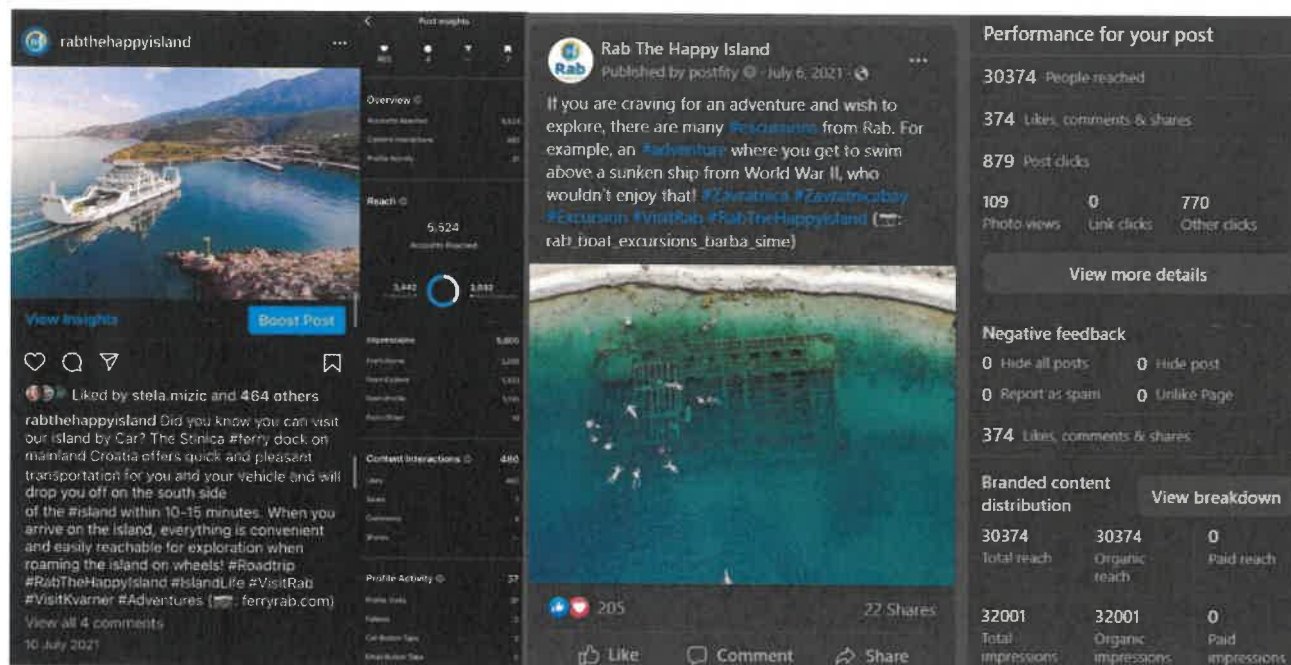
40800 Paid impressions

Srpanj 2021.

07.07.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
09.07.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
09.07.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
14.07.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
16.07.2021.	Plan objava na društvenim mrežama za ostatak srpnja
25.07.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
26.07.2021.	Prijedlog objave na društvenim mrežama za Rabsku Fjeru
29.07.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta

Najuspješnija organska objava na Instagramu:

Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Najuspješnija plaćena objava na Facebooku i Instagramu:



Rab The Happy Island

Published by postfity · July 18, 2021 ·

If you have an adventurous nautical spirit or just wish to relax in the shade of your [#boat](#), the island of Rab is the perfect place to do just that! 🌞🌴 With dozens of hidden bays and inlets, small islands, and sandy [#beaches](#), we are sure you won't be disappointed 🌞 Book your dream vacation through our website! [#Adventure](#) [#RabTheHappyIsland](#) [#SafeStayInCroatia](#) [#CroatiaFullOfLife](#) [#VisitRab](#) [#SummerVibes](#) (📍: Mladen Šćerbe)



Rab The Happy Island

Island

Book now

 306

9 Comments 36 Shares

Performance for your post

74548

People reached

622

Likes, comments & shares

1582

Post clicks

98

Photo views

640

Link clicks

844

Other clicks

View more details

Negative feedback

0

Hide all posts

0

Hide post

0

Report as spam

0

Unlike Page

622

Likes, comments & shares

Branded content distribution

View breakdown

74548

Total reach

15635

Organic reach

58995

Paid reach

93469

Total impressions

17075

Organic impressions

76393

Paid impressions



Rab The Happy Island

Published by postfity
September 14, 2020

...

Game of Thrones filming location 🏰 or just a normal street in old town Rab? 🤔 #Street #Historic #VisitRab #RabTheHappyIsland #VisitKvarner (📍: @goran_popovic)



631

29 Comments 22 Shares

Performance for Your Post

14735 People Reached

920 Likes, Comments & Shares

776 Post Clicks

126	0	650
Photo Views	Link Clicks	Other Clicks

NEGATIVE FEEDBACK

1 Hide All Posts	1 Hide Post
0 Report as Spam	0 Unlike Page

920 Likes, Comments & Shares

BRANDED CONTENT DISTRIBUTION

View Breakdown

14735	14735	0
Total Reach	Organic Reach	Paid Reach
16818	16818	0
Total Impressions	Organic Impressions	Paid Impressions

Kolovoz 2021.

05.08.2021.	Plan objava na društvenim mrežama za prvu polovicu kolovoza
06.08.2021.	Objava članka iz yachtscroatia.hr na društvenim mrežama
15.08.2021.	Plan objava na društvenim mrežama za ostatak kolovoza
17.08.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
24.08.2021.	Sastanak na Rabu
25.08.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta

Najuspješnija organska objava na Instagramu:

Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Najuspješnija plaćena objava na Facebooku i Instagramu:



Rab The Happy Island

Published by postfity · August 10, 2021 ·

If you are still thinking of a perfect [#holiday](#) that has it all, your search is over. With historic landmarks dating from ancient Roman times, local gastronomical pleasures for all tastes, sandy beaches, and nature sceneries to die for, the island of Rab is the one destination you won't forget so soon! [#RabTheHappyIsland](#) [#CroatiaFullOfLife](#) [#Culture](#) [#History](#) [#Adventure](#) [#VisitRab](#) [#SafeStayInCroatia](#) (📧: @gue.schuetz)



 977

20 Comments 80 Shares

Performance for your post

103662

People reached

1487

Likes, comments & shares

1005

Post clicks

137

Photo views

0

Link clicks

868

Other clicks

View more details

Negative feedback

3

Hide all posts

3

Hide post

0

Report as spam

0

Unlike Page

1487

Likes, comments & shares

Branded content distribution

View breakdown

103662

Total reach

66944

Organic reach

35031

Paid reach

113704

Total impressions

69676

Organic impressions

44026

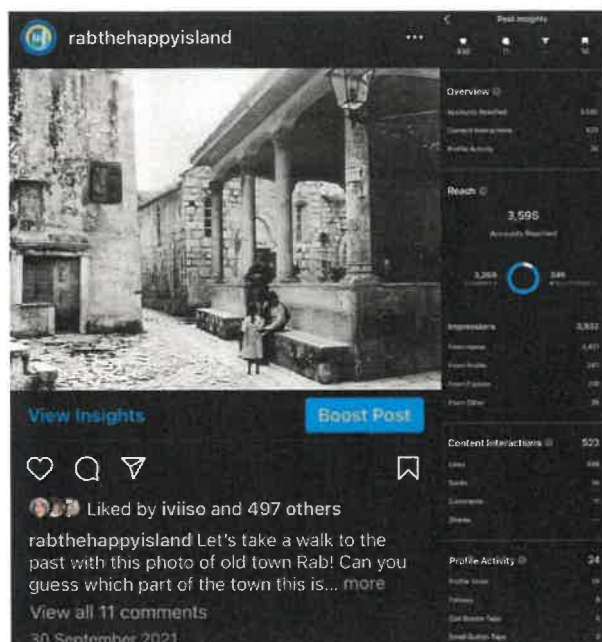
Paid impressions

Rujan 2021.

02.09.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
03.09.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
08.09.2021.	Plan objava na društvenim mrežama za rujan
11.09.2021.	Dogovori oko komunikacije tržišta, proizvoda i dobrih skupina za ciljane skupine turista na otoku Rabu
18.09.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
29.09.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama

Najuspješnija organska objava na Instagramu:

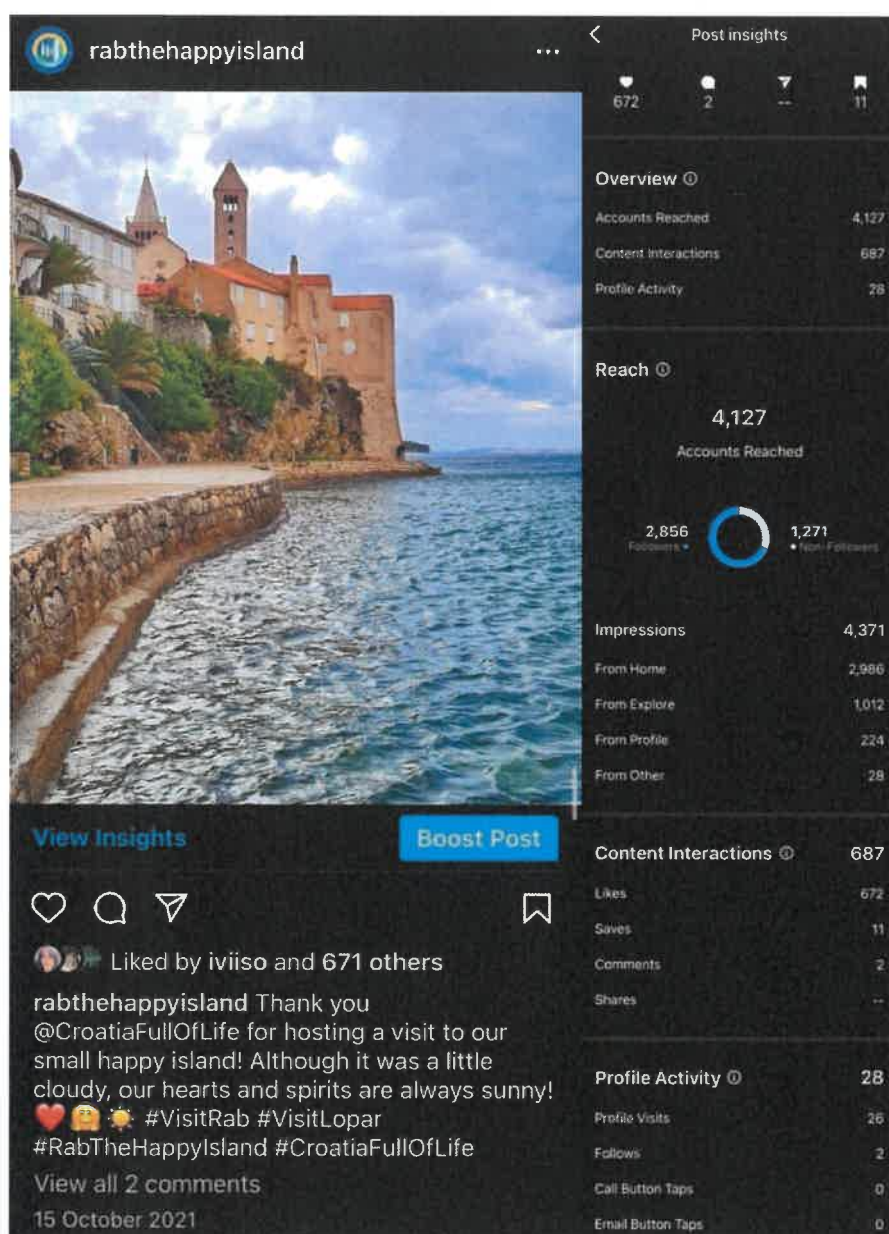
Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Listopad 2021.

01.10.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
05.10.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
06.10.2021.	Conference call
08.10.2021.	Dodatna objava na Facebooku
08.10.2021.	Dorada ugovora o poslovnoj suradnji
13.10.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
14.10.2021.	Dodatna objava na društvenim mrežama
19.10.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
25.10.2021.	Dodatna objava na društvenim mrežama
26.10.2021.	Conference call

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Rab The Happy Island

Published by postfity · October 15, 2021 ·

Thank you @CroatiaFullOfLife for hosting a visit to our small happy island! Although it was a little cloudy, our hearts and spirits are always sunny! 🍌🍌 #VisitRab #VisitLopar #RabTheHappyIsland #CroatiaFullOfLife



  521

7 Comments 19 Shares

Performance for your post

36592 People reached

597 Likes, comments & shares

261 Post clicks

48Photo views

0Link clicks

213Other clicks

View more details

Negative feedback

1Hide all posts

0Hide post

0Report as spam

0Unlike Page

597 Likes, comments & shares

Branded content distribution

View breakdown

36592Total reach

36592Organic reach

0Paid reach

38608Total impressions

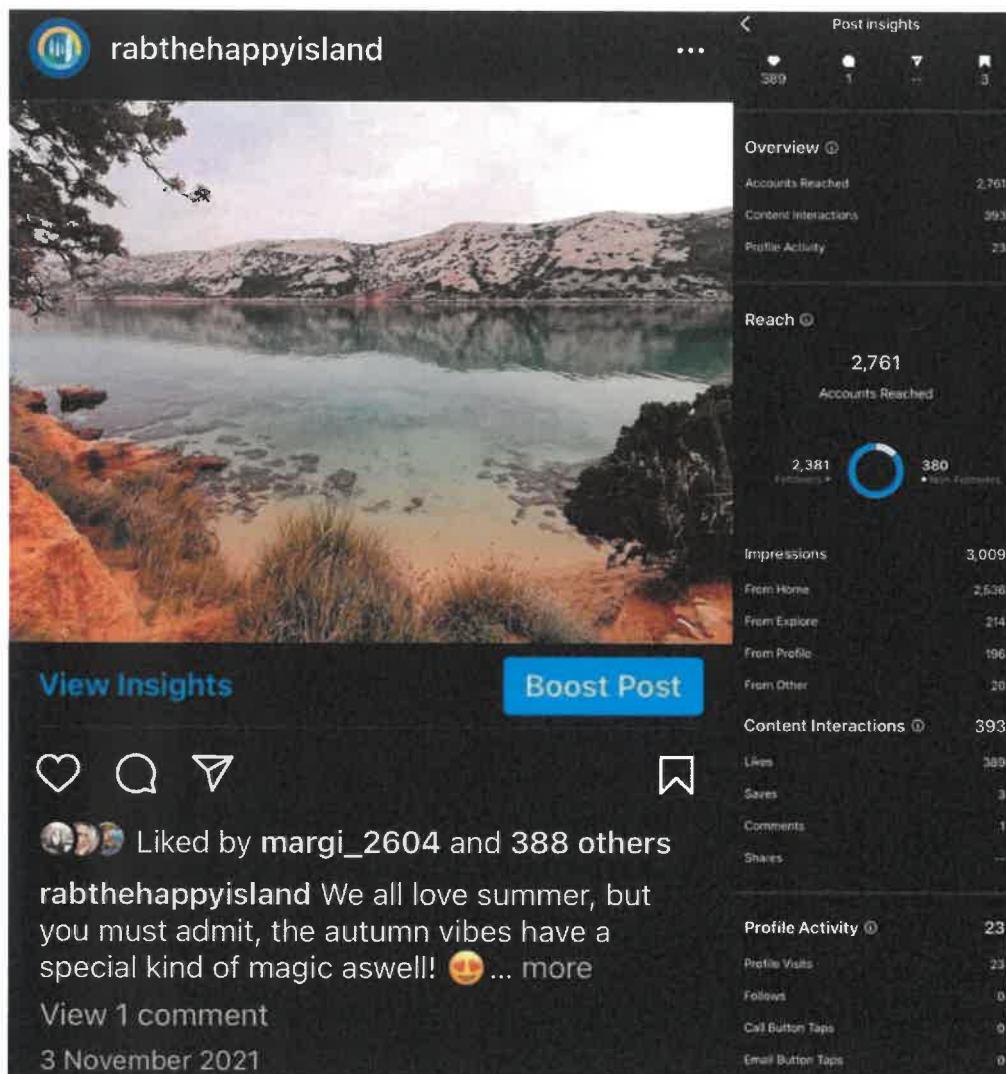
38608Organic impressions

0Paid impressions

Studeni 2021.

02.11.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
04.11.2021.	Conference call
09.11.2021.	Conference call
09.11.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
15.11.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
20.11.2021.	Prijedlog dviju objava na društvenim mrežama
27.11.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
30.11.2021.	Conference call

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Rab The Happy Island

Published by postfity · November 16, 2021

Winter is slowly coming, and nature is taking over in these colder months. What a beautiful sight! ❤️

#LoparSandParadise #VisitLopar
#RabTheHappyIsland #VisitRab #Nature #Animals (👤: @jonathanramael)



 264

1 Comment 21 Shares

Performance for your post

15681

People reached

565

Likes, comments & shares

210

Post clicks

48

Photo views

0

Link clicks

162

Other clicks

View more details

Negative feedback

0

Hide all posts

0

Hide post

0

Report as spam

0

Unlike Page

565

Likes, comments & shares

Branded content distribution

View breakdown

15681

Total reach

15681

Organic reach

0

Paid reach

16281

Total impressions

16281

Organic impressions

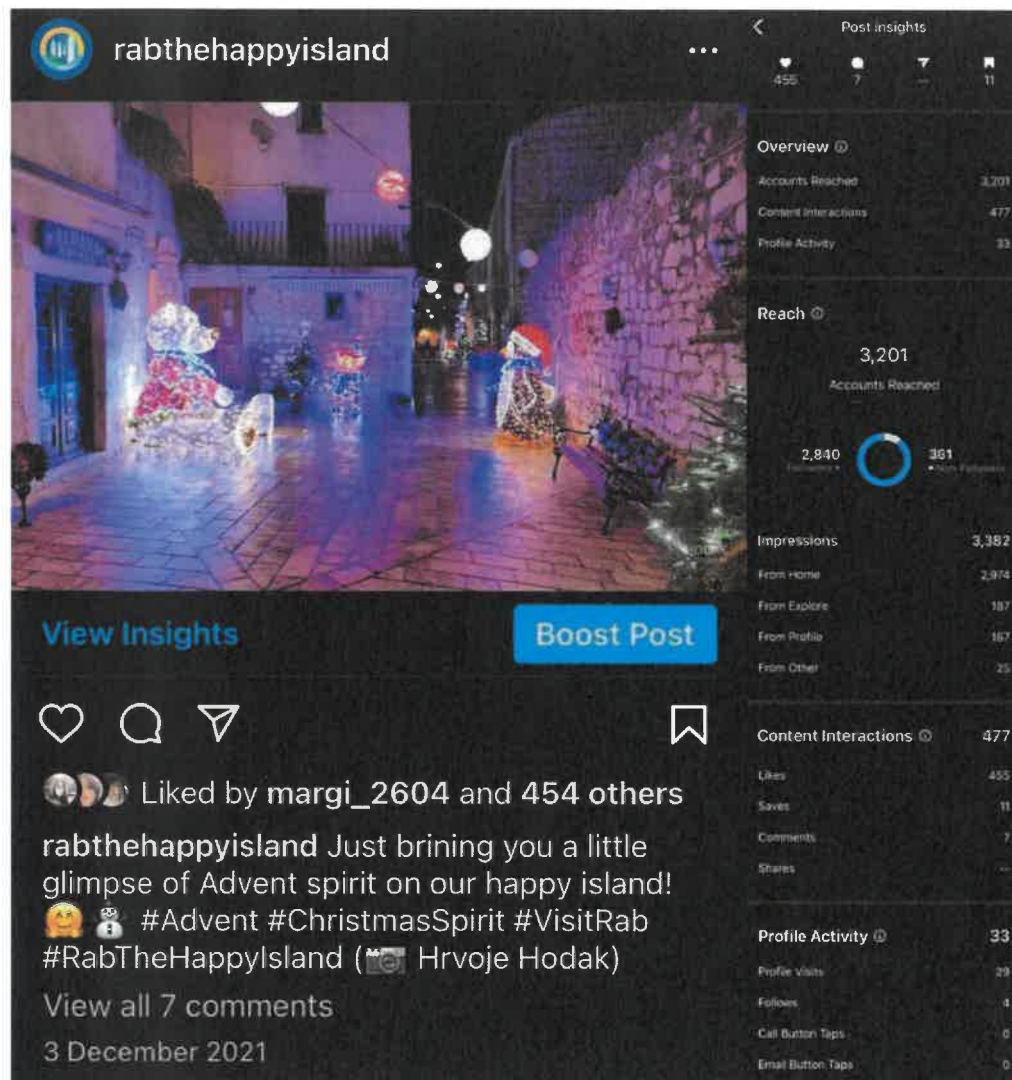
0

Paid impressions

Prosinac 2021.

03.12.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
08.12.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
14.12.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama
14.12.2021.	Postavljanje videa na YouTube kanal
16.12.2021.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
21.12.2021.	Prijedlog pojedinačne objave na društvenim mrežama

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Rab The Happy Island
Published by postfity · December 3, 2021 ·

Just bringin you a little glimpse of Advent spirit on our happy island! 🥰🎄 #Advent #ChristmasSpirit #VisitRab #RabTheHappyIsland 📷 Hrvoje Hodak



 416

5 Comments 17 Shares

 Like  Comment  Share

Performance for your post

28342 People reached		
654 Likes, comments & shares		
545 Post clicks		
96 Photo views	0 Link clicks	449 Other clicks
View more details		
Negative feedback		
1 Hide all posts	1 Hide post	
0 Report as spam	0 Unlike Page	
654 Likes, comments & shares		
Branded content distribution		View breakdown
28342 Total reach	28342 Organic reach	0 Paid reach
30479 Total impressions	30479 Organic impressions	0 Paid impressions

PRILOG 2. – IZVJEŠTAJ UDRUŽENOG OGLAŠAVANJA S TZ KVARNER

U 2021. godini provedena je zajednička kampanja TZ Kvarnera i lokalnih turističkih zajednica s područja Kvarnera (Opatijska rivijera, Riječki prsten, Crikveničko – vinodolska rivijera, otok Krk, Cres, Mali Lošinj, Rab i Lopar, te Gorski kotar). Kampanja je trajala (ovisno o medijima i tržištima) od početka lipnja do sredine srpnja 2021., a vrijednost kampanje iznosila je cca 720.000kn, od kojih su turističke zajednice snose 320.000 kn (svaka po 40.000 kn), dok je TZ Kvarnera snosi 400.000 kn.

Kampanja koja je uključivala TZ Kvarner, Cres, Crikveničko – vinodolsku rivijeru, Gorski kotar, otok Krk, Mali Lošinj, Opatijsku rivijeru, Rab i Lopar, te Riječko područje, bila je aktivna na 5 europskih tržišta: Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija i Češka. Svaka turistička zajednica je imala udio na dva tržišta koja su bila u fokusu (odabrana od te TZ-e), a TZ Kvarnera kao nositelj kampanje, bio je prisutan na svim tržištima. Formati i kanali koji su bili aktivni, fokusirali su se na vidljivost destinacija s Kvarnera kroz display oglašavanje, ali i content formate na njemačkom, austrijskom i češkom tržištu gdje se kroz priču na relevantnom mediju promovirala turistička ponuda destinacije odnosno proizvod.

Content (sadržaj) koji je bio aktivan na gore spomenutim tržištima pročitao je ukupno 17.359 puta. Sadržaj objavljen na njemačkom tržištu u mreži regionalnih portala i postigao je 5.557 čitanja. Na austrijskom tržištu, aktivan je bio advertorial na portalu Oe24 i postigao je 3.332 čitanja. Na češkom tržištu isti članak bio je aktivan na portalima Seznamzpravy.cz (dok je promocija traffic drivera koji su vodili na članak bila na Seznam.cz) – članak je ostvario 6.224 čitanja, a na portalu Super.cz 2.246 čitanja.

Cjelokupna kampanja postigla je 65.852.753 impresije i 51.853 klika prema web stranicama TZ-ova. Kampanja je osmišljena na način da klik na kreativu svake pojedine destinacije vodi na web stranice destinacije pa su tako uključeni bili zastupljeni svojim vizualom na oglasu, komunikacijom kroz sadržaj ili i kroz promet na vlastitoj web stranici.

Website	Creative	Size	Website	KPI	Impressions	Clicks	CTR
Austria - Rab							
GMX.at	Standard Formats	160x600, 300x250, 728x90	GMX.net / ROS	Clicks	5.576.210	1.100	0,02%
Krone.at	Sitebar & Billboard Sticky	300x600 + 970x250	Krone.at / ROS	Impressions	201.454	473	0,23%
Oe24.at	Advertorial	Text + Images	Oe24.at / ROS	Article Reads	3.332		
	Mobile Understitial	300x600	Oe24.at/ROS	Impressions	88.340	225	0,25%
	-	-	-	-			
	-	-	-	<u>TOTAL</u>	5.869.336	1.798	0,03%
	-	-	-				
Slovenia - Rab							

Linker Native Network	Native Ad	Image + Text	vecer.com, metropolitan.si, sensa.si, aktivni.si, cosmopolitan.si, reporter.si,	Clicks	2.278.772	2.200	0,10%
Zurnal24.si	Banners	300x600, 970x250 / desktop, 300x250 / mobile	Zurnal24.si	Impressions	383.417	426	0,11%
	-	-	-	<u>TOTAL</u>	8.531.525	4.424	0,05%
	-	-	-				

DODATNO – ZIMA NA KVARNERU

Cilj kampanje / projekta je brendirati **Zimu na Kvarneru** kroz prepoznatljive turističke proizvode koje kvarnerske destinacije razvijaju već dugi niz godina – **Advent, Karneval i Wellness** te privući goste zimi na Kvarner, kako bi doživjeli jedinstvena iskustva, a brendiranjem Kvarnera i kao zimske destinacije, produžiti sezonu.

Kampanja se putem platforme visit-kvarner.com odvija kroz različita vremenska razdoblja i vala: **Advent, Karneval i Wellness**, na tržištima Hrvatske, Slovenije i Austrije.

U ovom trenutku, link na stranicu koji dostavljamo na uvid još uvijek prikazuje Advnet na Kvarneru, međutim ovih dana kampanja nije aktivna, jer se platforma nadopunjuje novim informacijama i sadržajima. U trenutku ponovne aktivacije, Advent se više neće prikazivati.

Platforma je centralno mjesto inspiriranja svih korisnika, a promovira se kroz različite digitalne kanale poput uredničkih i PR članaka na premium portalima, display formate oglasa i native oglase, a može se koristiti i za promociju na društvenim mrežama. Platforma se neprestano nadograđuje sadržajem te je trenutno predstavljena na **hrvatskom, slovenskom i njemačkom** jeziku. Na taj način korisnik na jednom mjestu može dobiti informacije o proizvodima koji se kroz ciljanu kampanju i promoviraju.

Prvi val kampanje - Advent

Prvi val kampanje realiziran je tijekom prosinca i završen je početkom siječnja. Kampanja je realizirana na tržištima Hrvatske, Slovenije i Austrije. **U Hrvatskoj** su objavljeni članci o adventskim događanjima na [Glorija Glam](#), [Jutarnjem listu](#) i [Telegramu](#), sa teaserima, te su polučili odličnu čitanost od preko 10.000 čitanja.

U Sloveniji je Advent promoviran na portalima [siol.net](#), te [aktivni.si](#), [elles.si](#), te [metropolitan.si](#), gdje smo također imali odlične rezultate od gotovo 4.000 čitanja.

U Austriji smo imali promociju na jednom od najčitanijih portala [oe24.at](#) koja je se sastojala od članka koji je bio aktivan 7 dana, te posebnog formata branding oglasa "Urlaubs Tipp des Tages" koji su ostvarili preko 2000 čitanja.

SD

Promo kampanja 2021* Campaign Overview – TZ Rab

Zajednička kampanja sa TZ Kvarnerom i ostalim sudionicima*



2021 | Digital Campaign Book

KLIJENT:



| TZ Kvarner



| TZ Rab

KAMPANJA:

Online 2021

PERIOD:

Svibanj – Srpanj 2021

TRŽIŠTE:

Austrija / Slovenija

PREGLED KAMPANJE

Pregled kampanje

Online 2021



Klijent: TZ Rab | TZ Kvarner
Kampanja: Online 2021
Period: Siječanj – Siječanj 2021
Tržišta: Austrija, Slovenija

Ciljevi kampanje i strategija

Primarni cilj kampanje bio je **promocija Kvarnera kao destinacije za odmor** te turističke ponude u destinacijama na Kvarneru.

Kampanja je uključivala 9 sudionika, a svaki od sudionika bio je zastupljen i u samostalnom oglašavanju na 2 odabrana tržišta. Promet na tim formatima vodio je na web stranicu klijenta.

U content / sadržaj formatima zastupljene su bile sve uključene destinacije sa direktnim linkovima na vlastitu web stranicu.



Pregled aktivnih formata

Sadržaj koji kroz storytelling promovira Kvarner i sve uključene destinacije bio je aktivan na tržištima: **Njemačka, Austrija i Češka.**

Display oglašavanje u kojem je sudjelovala TZ Rab sa samostalnom kreativom bilo je aktivno na tržištima: **Austrija i Slovenija**



MEDIA REPORT

CONTENT MARKETING

Klijent: TZ Rab | TZ Kvarner
Kampanja: Online 2021
Period: Svibanj – Srpanj 2021
Tržište: Austrija, Slovenija

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

Native Content Ad

Quantity:

5.400 content views

CAMPAIGN DELIVERY

Impressions: 7.145.003

Content Views: 5.557

MEDIA OVERVIEW

Native Content Ad je format koji kroz oglas tekst + slika promovira advertorial. Klikom na native content ad, korisnik je odveden na advertorial u kojem je kroz sadržaj ispromoviran Kvarner i turističke destinacije uključene u kampanju.

Medij je isporučio 5.557 pregleda promoviranog članka.



Rab
Kvarner





Oe24.at
Germany | Advertorial

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

Advertorial

CAMPAIGN DELIVERY

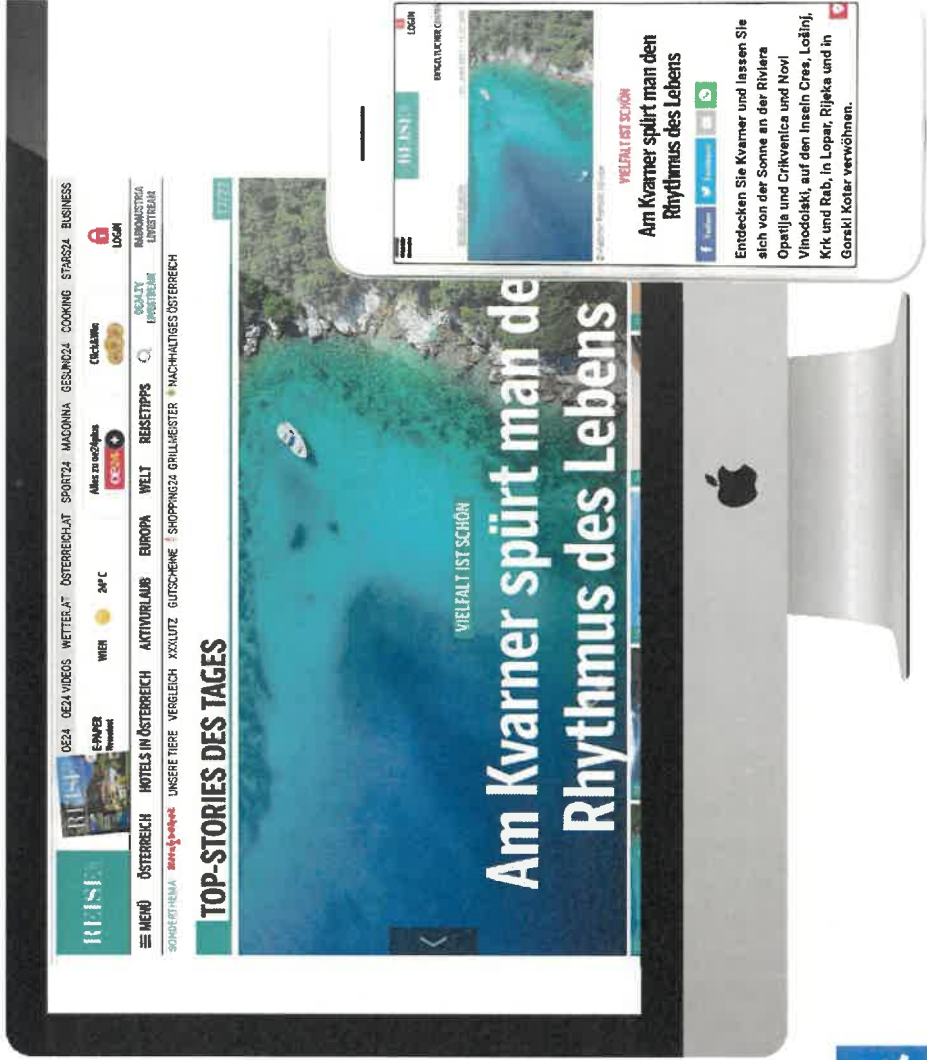
Article Reads: 3.332

Unique visits: 3.111

Time on article: 6:10

MEDIA OVERVIEW

Advertorial objavljen na Oe24.at u podsekciji za putovanja „Reiselust“ ostvario je 3.332 čitanja. Prosječno vrijeme zadržavanja korisnika je preko 6 minuta što implicira zainteresiranost korisnika za sadržaj.





Seznam.cz
Seznam | Advertorial

SD

Klijent: TZ Rab | TZ Kvarner
Kampanja: Online 2021
Period: Svibanj – Srpanj 2021
Tržište: Austrija, Slovenija

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

Advertorial

Quantity:

1.500.000 impressions

CAMPAIGN DELIVERY

Impressions of Traffic Drivers: 1.575.034

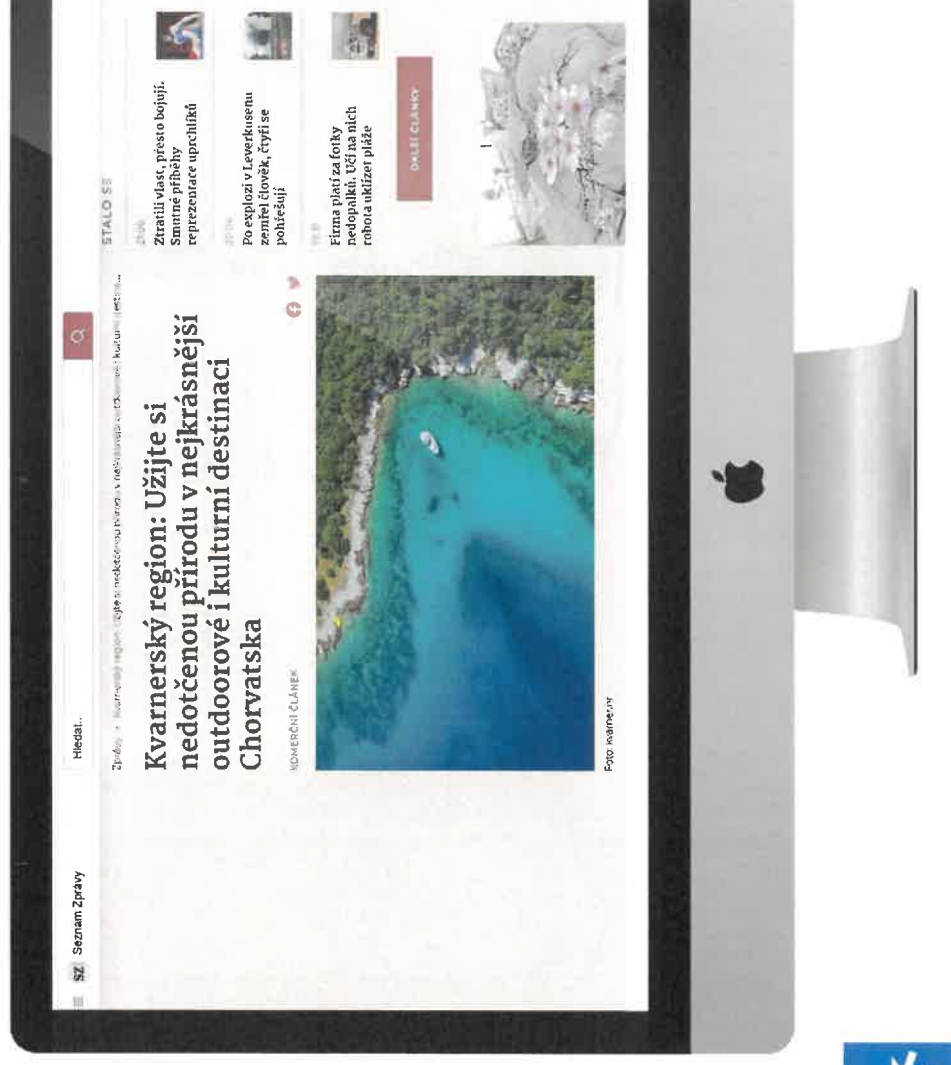
Article Visits: 6.224

MEDIA OVERVIEW

Članak objavljen na Seznamzpravy.cz bio je promoviran kroz traffic drivere tekst + slika. Isporučeno je 1.575.034 impresija traffic drivera te je time generirano 6.224 čitanja članka.



Rab
Često u letu





Super.cz
Super.cz | Advertorial



Klijent: TZ Rab | TZ Kvarner
Kampanja: Online 2021
Period: Svibanj – Srpanj 2021
Tržište: Austrija, Slovenija

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

Advertorial

Quantity:

GRATIS

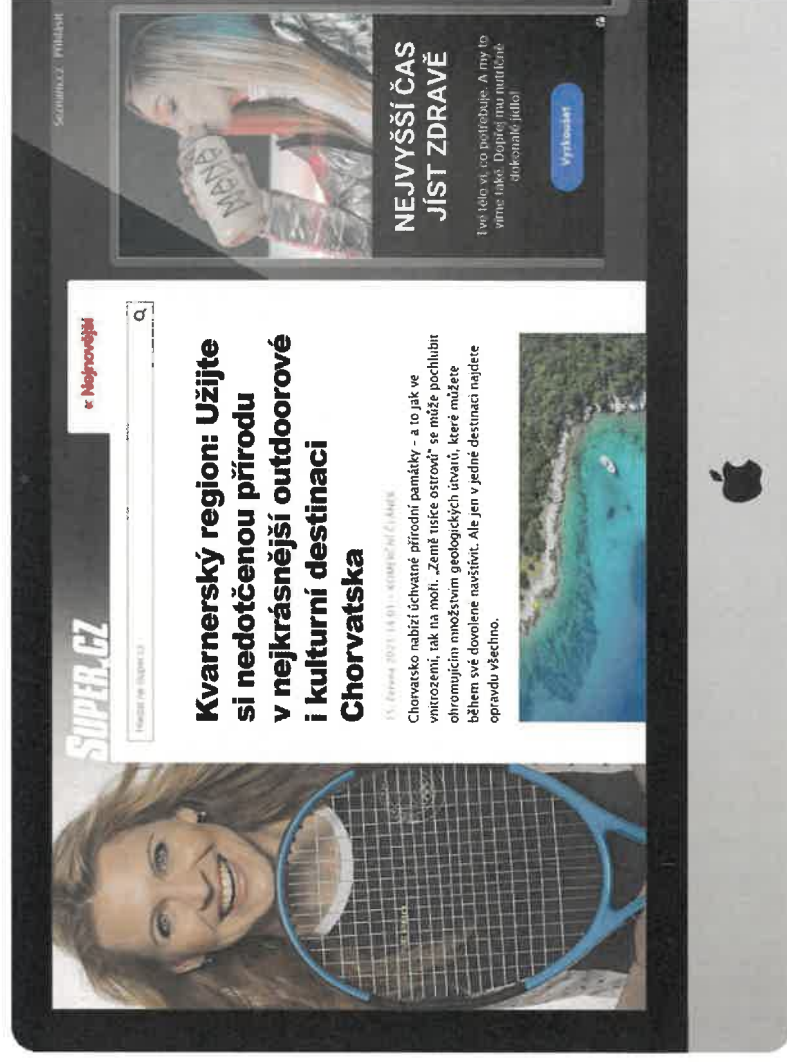
CAMPAIGN DELIVERY

Impressions of Traffic Drivers: 545.458

Article Visits: 2.246

MEDIA OVERVIEW

Medij je uz Seznam zpravy, besplatno članak objavio i na lifestyle portalu Super.cz koji čita primarno ženska publika. Na tom portalu prikazano je 545.458 impresija traffic drivera, a to je generiralo 2.246 čitanja članka.



DISPLAY CHANNELS

Austria



GMX.at

Austria | Standard Banners

SD

Klijent: TZ Rab | TZ Kvarner
Kampanja: Online 2021
Period: Svibanj – Srpanj 2021
Tržište: Austrija, Slovenija

CAMPAIGN DELIVERY - TOTAL

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

160x600, 300x250, 728x90

Quantity:

2.500 clicks total

Impressions: 11.346.585

Clicks: 3.480

CTR: 0,03%

CAMPAIGN DELIVERY - TZ Rab

Impressions: 5.576.210

Clicks: 1.100

CTR: 0,02%

MEDIA OVERVIEW

GMX.at je austrijski news portal na koji korisnici dolaze po najnovije vijesti. GMX.at je također i e-mail servis. Na portalu GMX.at aktivni su bili standardni banneri čiji je klij vodilo na web promoviranog lokalnog TZ-a.

Ovim formatom zagarantirano je ukupno 2.500 klikova, isporučeno je 3.480 a od toga 1.100 klikova vodilo je na web TZ-a Rab. Da bi se dosegla količina od 1.100 klikova, generirano je 5.5M prikaza oglasa TZ-a Rab.



Rab
Austria





Krone.at

Austria | Sitebar and Billboard Sticky



Klijent: TZ Rab | TZ Krone
Kampanja: Online 2021
Period: Sibanj – Sibanj 2021
Tržište: Austrija, Slovenija

CAMPAIGN DELIVERY - TOTAL

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

300x600, 970x250

Quantity:

300.000 Impressions total

Impressions: 601.067

Clicks: 1.726

CTR: 0,29%

CAMPAIGN DELIVERY – TZ Rab

Impressions: 201.454

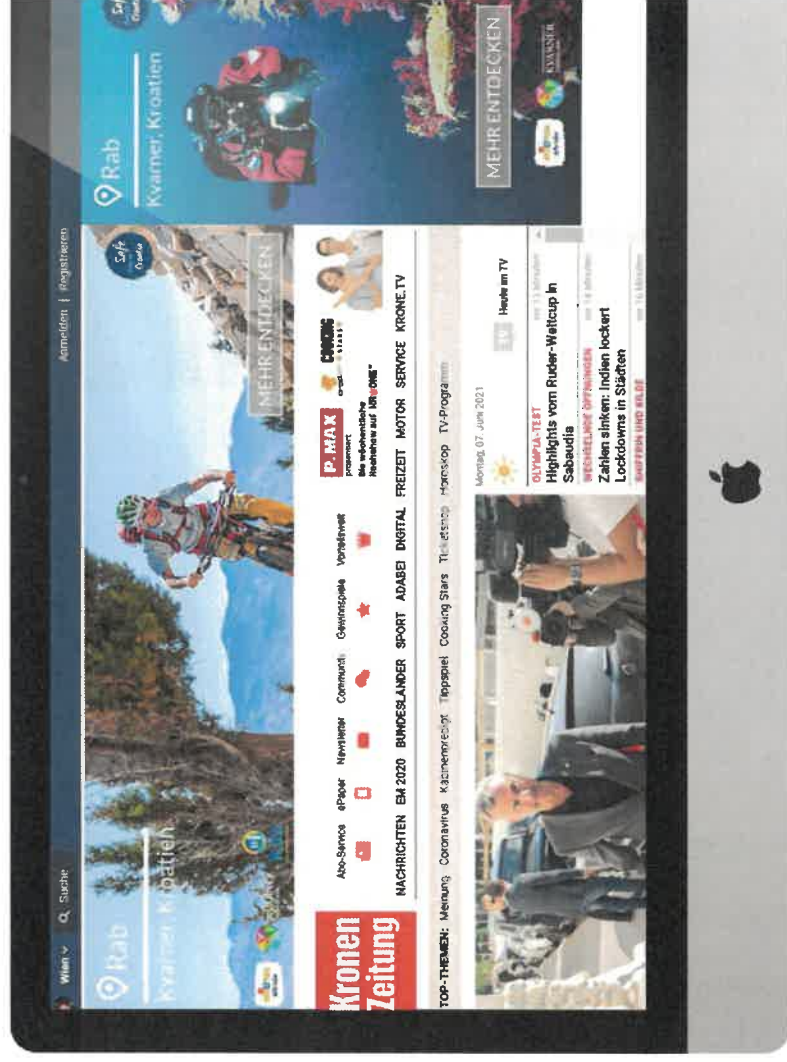
Clicks: 473

CTR: 0,23%

MEDIA OVERVIEW

Krone.at je jedan od najposjećenijih news portala u Austriji koji ima preko 30M mjesečnih posjeta. Na Krone.at aktivan je bio format koji je istovremeno prikazivao sitebar i billboard. Zbog pozicije i kombinacije dva formata zagarantirana je dobra vidljivost oglasa.

Ukupno je isporučeno 601.067 impresija oglasa, a od toga je 201.454 impresija oglasa TZ-a Rab što je generiralo 473 klika prema web stranici.





Oe24.at

Austria | Mobile Understital

SD

Klijent: TZ Rab | TZ Kvarner
Kampanja: Online 2021
Period: Svibanj - Srpanj 2021
Tržište: Austrija, Slovenija

CAMPAIGN DELIVERY - TOTAL

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

300x600

Quantity:

250.000 impressions

Impressions: 264.920

Clicks: 791

CTR: 0,30%

CAMPAIGN DELIVERY - TZ Rab

Impressions: 88.340

Clicks: 225

CTR: 0,25%

MEDIA OVERVIEW

Oe24.at je jedan od top 3 austrijska news portala koji prati nešto mlađa publika, a ima oko 15M posjeta mjesečno. Na portalu je uz advertorial bio zakupljen i mobilni format Mobile Understital koji na ne intruzivan način zauzima cijeli ekran korisnika, ali i suptilno nestaje ispod sadržaja.

Ovim formatom zagarantirano je ukupno 250.000 prikazivanja oglasa, a od toga oglašava TZ Raba prikazani su 88.340 puta i generirali su 225 klikova prema webu TZ Raba.



Rab



Slovenija



Zurnal24.si

Slovenia | Desktop Banners

SD

Klijenti: TZ Rab | TZ Kvarner
Kampanja: Online 2021
Period: Svibanj - Srpanj 2021
Tržišta: Austrija, Slovenija

CAMPAIGN DELIVERY - TOTAL

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

970x250, 300x600

Quantity:

1.500.000 impressions

Impressions: 1.528.277

Clicks: 1.748

CTR: 0,11%

CAMPAIGN DELIVERY - TZ Rab

Impressions: 383,417

Clicks: 426

CTR: 0,11%

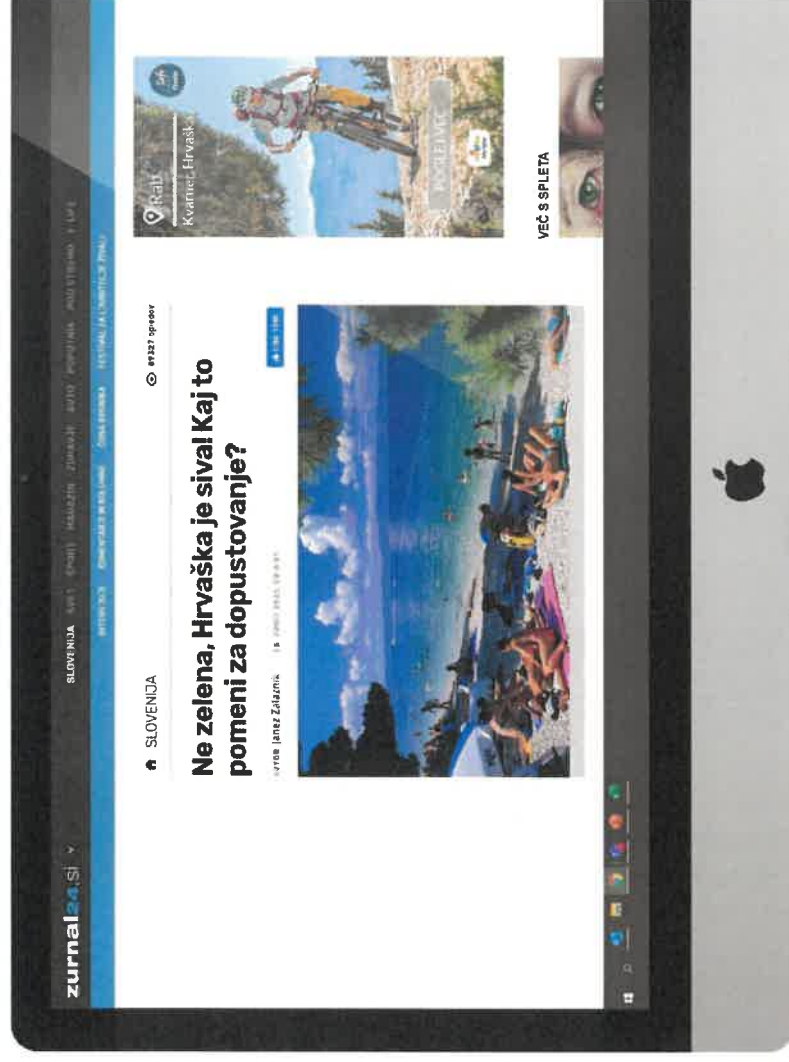
MEDIA OVERVIEW

Portal zurnal24.si je drugi po posjećenosti news portal u Sloveniji, a ima nešto više od 6M posjeta mjesečno. Na portalu zurnal24.si aktivni su bili oglasi u formatima 970x250 i 300x600.

Kanal je isporučio 1.528.277 impresija ukupno, a oglasi TZ-a Rab prikazani su 383.417 puta i generirali su 426 klikova.



Rab
RAJSTADT





Linker Native Network

Slovenia | Native Ad

SD

DELIVERY DESCRIPTION

Format:

970x250, 300x600

Quantity:

8.800 clicks

CAMPAIGN DELIVERY - TOTAL

Impressions: 10.871.915

Clicks: 8.800

CTR: 0,08%

CAMPAIGN DELIVERY - TZ Rab

Impressions: 2.278.772

Clicks: 2.200

CTR: 0,10%

MEDIA OVERVIEW

Native oglasi su oglasi kombinacija tekst + slika, a prikazuju se na mreži top portala u Sloveniji kao što su: vecer.com, aktivni.si, dnevnik.si, siol.net...

Linker oglasi ukupno su generirali 8.800 klikova prema promoviranim web stranicama, a od toga je na TZ Rab dovedeno 2.200 klikova s kanala Linker Native Network.



Klijent: TZ Rab | TZ Kuerner
Kampanja: Online 2021
Period: Svibanj – Sranj 2021
Tržište: Austrija, Slovenija



2021 | Digital Campaign Book



S-T-A-R
DIGITAL

S.T.A.R. DIGITAL COMPANY PROFILE

S.T.A.R. Digital is an international agency based in Geneva, with offices in Zagreb (CEE) and Berlin, specialized in digital media and marketing for the travel industry. We offer top of the breed service and results for DMCs, resorts and hotel ventures, OTAs, and airlines in both product branding and performance or e-sales marketing across all digital channels. Our product portfolio includes various tech-driven advertising models and services.

OUR APPROACH

- integrated and cross-media communication platform
- data-driven targeting, audience analytics, ROI analysis
- strong media relations and other 3rd party specialists
- channel neutral media planning
- awareness, performance, content marketing tactics

Digital advertising

S.T.A.R. Digital offers a full range of services and support for all digital media channels and activity. From media strategy to campaign management: media planning, media buying, RTB, optimization, analytics, performance metrics, media relations and negotiations, international campaign management and other related services.

TYPE OF SERVICES

- full-service digital advertising for travel clients
- digital campaign implementation & management
- consulting - marketing analysis, evaluation, and audits
- service & support for traditional media agencies

S.T.A.R. DIGITAL PRODUCTS & SERVICES

DESTINATION E-MARKETING

Choosing 'Digital Path that Inspires'

Choosing 'Digital Path that Inspires'

Digital landscape presents a vast resource for consumer inspiration in the decision process. This makes it hard for destinations to stand out from the crowd but also gives a chance to smaller regions to take part in the customer path to inspire.

Destination branding must take a different path and strategy than in the ages before the digital travel evolution. Brands must implement their messages and points of inspiration on various digital touchpoints in the most effective manner being aware of the fact that 60% of online travel customers start their online travel research without the final destination in mind.

PERFORMANCE CAMPAIGNS

Choosing the "Digital Conversion Path"

Target right audience in order to increase booking conversion rates and stimulate sign-ups. Products include:

- Search marketing
- Performance display campaigns
- Profile and attribution audience targeting
- Direct marketing campaigns
- Cross-channel retargeting

We use best of industry technology, tailored to individual client's need, brand-safe content environments, ROI optimized approach to each individual market and local customer travel habits. Our centralized campaign management and first-party data protection via privacy compliance guarantee optimal results for your e-sales ventures.

MOBILE ADVERTISING

Mobile devices will overtake desktop as the Internet access channel shortly. This makes mobile a very important touchpoint in travel decision making process. All studies show value of mobile screen in both inspirational (brand related) and performance (booking and engagement related) segment of digital travel marketing.

All travel brands, both destinations, and commercial players shall integrate mobile advertising into their overall digital strategy. Our experts will provide best overall advertising approach (including mobile) for today's „multiscreen travel consumer“.

DIGITAL AUDIT & CONSULTING

Travel brands are present in digital landscape across many platforms but the real challenge lies in understanding and optimizing all levels of brand activity. Our experts will assist your organization in analyzing and improving the digital presence across all touchpoints. Digital Audit includes evaluation and recommendations for:

- Digital campaign investments and KPIs
- Branding campaigns
- Performance campaigns
- Paid Search structure and conversion results
- Website performance and analytics including SEO
- Presence on location-based platforms including maps, geolocation apps
- Review platforms performance and presence
- Presence on Social channels including Facebook, YouTube, Twitter, Pinterest & others

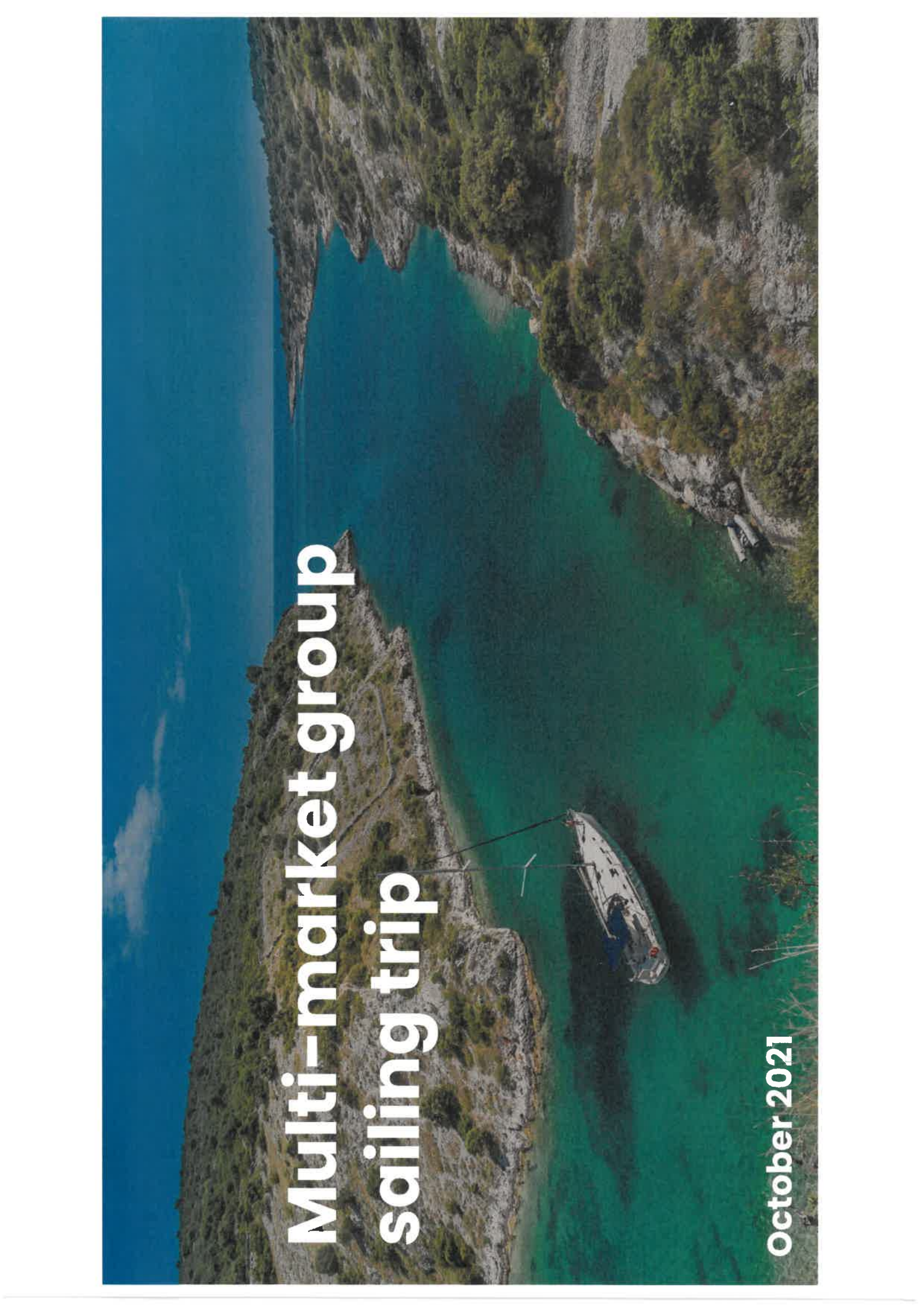
SOCIAL ADVERTISING

Social marketing has a unique role in the travel industry. Customers use more recommendations, reviews and share options related to travel activities than to any other industry. Challenge of successful social campaigns can be frustrating due to endless options and ad inventory resources as well as high level of activity needed. We provide effective campaigns on most important social platforms such as Facebook, YouTube, TripAdvisor, and various niche media such as specific blogs and location-driven platforms.

Most successful social marketing starts with understanding that social media is not a standalone activity nor is it an internal-only process. Social marketing must be integrated into an overall cross-media promotional activity with all its potential benefits: awareness, advocacy, performance, and engagement.



S.T.A.R. Digital © 2021

A high-angle photograph of a sailboat with a white hull and blue accents, anchored in a vibrant turquoise bay. The bay is nestled between two rugged, rocky islands covered in sparse green vegetation. The water's clarity reveals the sandy and rocky bottom. The sky is a deep blue with a few wispy clouds. The text 'Multi-market group sailing trip' is overlaid in white, bold, sans-serif font, rotated 90 degrees counter-clockwise. The date 'October 2021' is in the bottom right corner, also rotated 90 degrees counter-clockwise.

Multi-market group sailing trip

October 2021

SAILING TRIP

PRIMARY OBJECTIVES

1 SHOWCASE CROATIA'S
NAUTICAL OFFERING.

2 PROMOTE SHOULDER
SEASON AS AN IDEAL
TIME TO TRAVEL.

SAILING TRIP

CAMPAIGN ACTIONS

To achieve the identified objectives, the CNTB hosted two British influencers (@m.visuals, @aa.vision), one Polish influencer (@travelover.pl), one Swiss influencer (@senzacamedì), two German influencers (@nastjatasia, @hannesjocarter), one Austrian influencer (@theviennesegirl) and one Italian influencer (@anna_pernice) in Croatia, providing them with tailored experiences that enabled the creation of a number of confirmed deliverables:

@m.visuals

- 4-5 IG posts, 3-5 daily IG Stories

@aa.vision

- 5 posts across IG & TikTok. 3-5 daily IG Stories

@travelover.pl

- 5 IG posts, 3-5 daily IG Stories

@senzacamedì

- 6 IG posts, 3-5 daily IG Stories

@nastjatasia, @hannesjocarter

- 1 IG post per page, **daily** IG Stories

@theviennesegirl

- 5 IG posts, 3-5 daily IG Stories

@anna_pernice

- IG posts, 1 blog post and **daily** IG stories





SAILING TRIP

MEET THE INFLUENCER

Name: Mike Will

Bio: Mike is one of the UK's leading content creators, and is well-known for his vibrant urban style. Based in London, his portfolio includes night cityscapes, travel landscapes, music festivals and portraits. Mike is also a Sony ambassador and founder of the collectives, @world.shooters and @uk.shooters.

Channel(s):

- Instagram: www.instagram.com/m.visuals
- TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZM8B9LS4p/>



NATIONALITY

142k

FOLLOWERS

3.6%

ENGAGEMENT RATE

SAILING TRIP

MEET THE INFLUENCER

Name: Andrea Astarita

Bio: Andrea is one of the UK's biggest travel creators on TikTok, boasting over 850k followers. His photography focuses on cityscapes, travel and portraits, and Andrea is one of Adobe's ambassadors.

Channel(s):

- Instagram: www.instagram.com/aa.vision
- TikTok: www.tiktok.com/@aa.vision



NATIONALITY

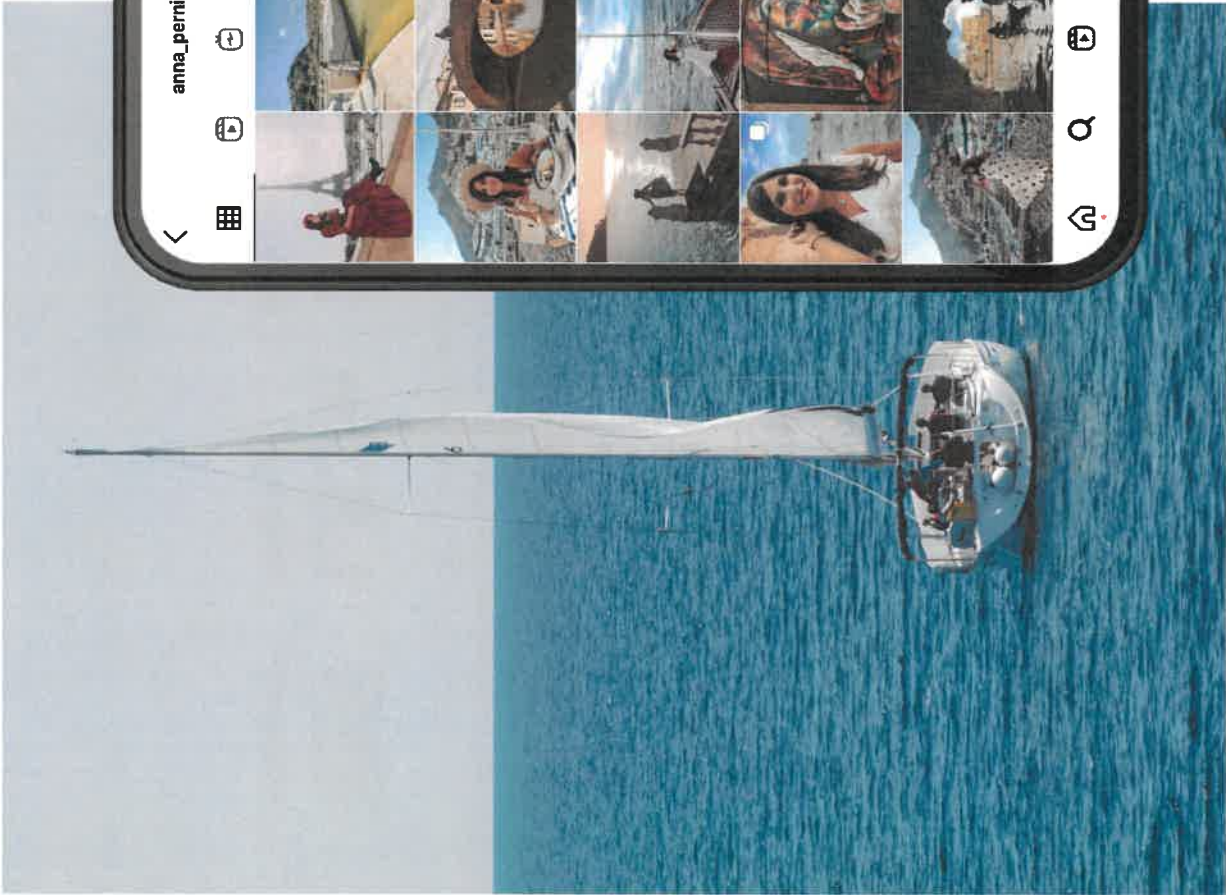
1.83m

FOLLOWERS

2%

ENGAGEMENT RATE





SAILING TRIP

MEET THE INFLUENCER

Name: Anna Pernice

Bio: Based in Milan, Anna started her blog 'Travel Fashion Tips' in 2013 and writes about her love for travel and fashion. She's one of Italy's key travel bloggers.

Channel(s):

- Instagram: www.instagram.com/anna_pernice



SAILING TRIP

MEET THE INFLUENCER

Name: Patrycja Jaskot

Bio: Patrycja runs a blog travelover.pl dedicated to travelling and lifestyle. She's very active on Instagram, and her channel [@travelover.pl](https://travelover.pl) is her main communication channel. Patrycja also runs her own eco-friendly fashion brand. She was named as one of the most influential bloggers in Poland in 2019 as well as in 2020 – according to the most prestigious Polish blogs ranking by Jasonhunt.pl.

Channel(s):

- Instagram: <https://www.instagram.com/travelover.pl/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/traveloverpl>
- Blog: <https://travelover.pl/>



NATIONALITY

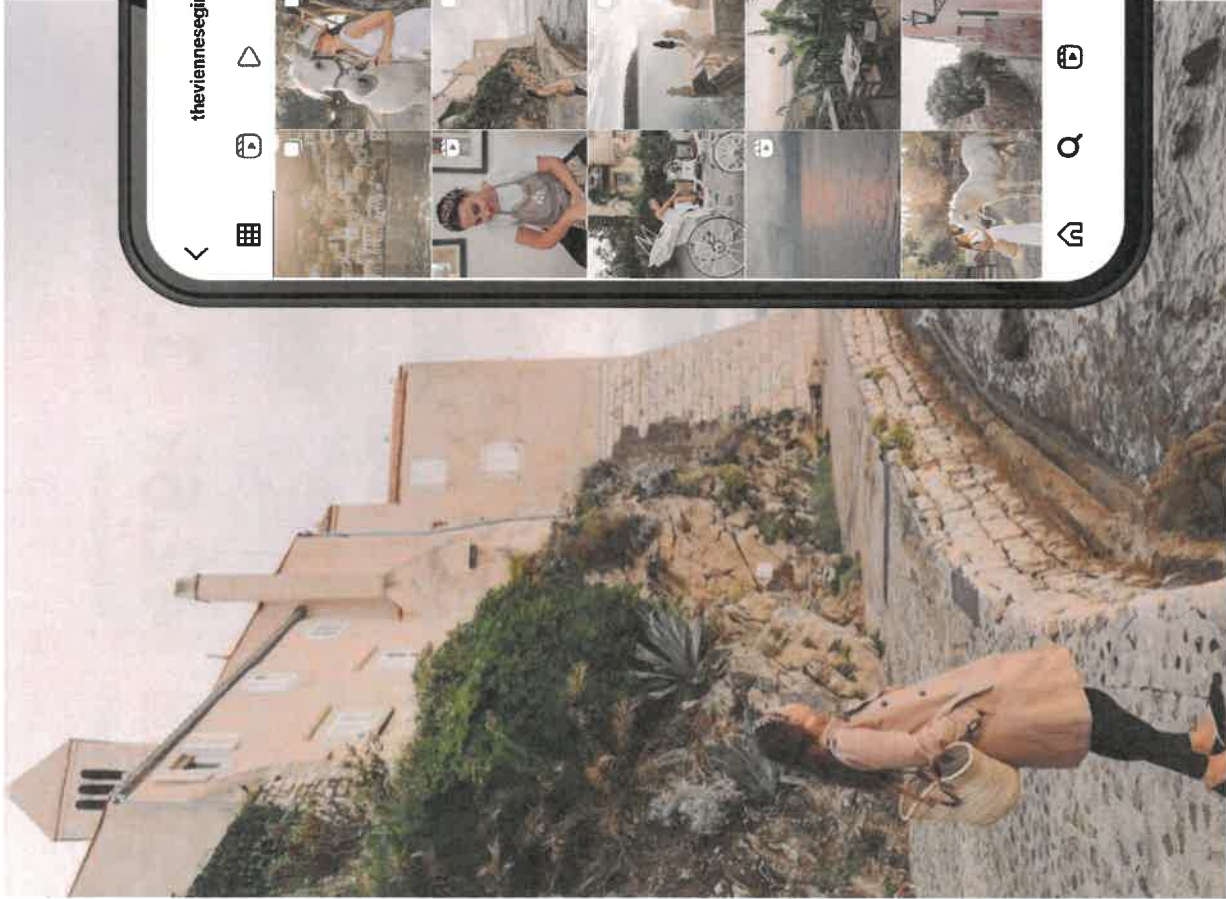
42.6k

FOLLOWERS IG

3.1%

ENGAGEMENT RATE





SAILING TRIP

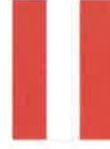
MEET THE INFLUENCER

Name: Silia Eleftherriadou

Bio: Silia is an Austrian content creator focussing on travel and lifestyle. She runs an Instagram page and her own blog. She is based in Vienna and features everything Vienna-related but also a lot of travel content and a bit of fashion and beauty content as well.

Channel(s):

- Instagram: www.instagram.com/theviennese girl
- Blog: theviennese girl.com



NATIONALITY

52.5k

FOLLOWERS

3.9%

ENGAGEMENT RATE

SAILING TRIP

MEET THE INFLUENCER

Name: Anastasija Poluvnuka

Bio: Nastja is a German travel content creator and digital nomad focusing on travel destinations and, in a smaller extent, hotels, nutrition and creativity. She is based in Cologne but together with her boyfriend Jo she is roaming Europe with their Campervan promoting vanlife and wanderlust. Besides Instagram she also runs her own blog.

Channel:

- Instagram: www.instagram.com/nastjastasia
- Blog: www.another-travelstory.com



NATIONALITY

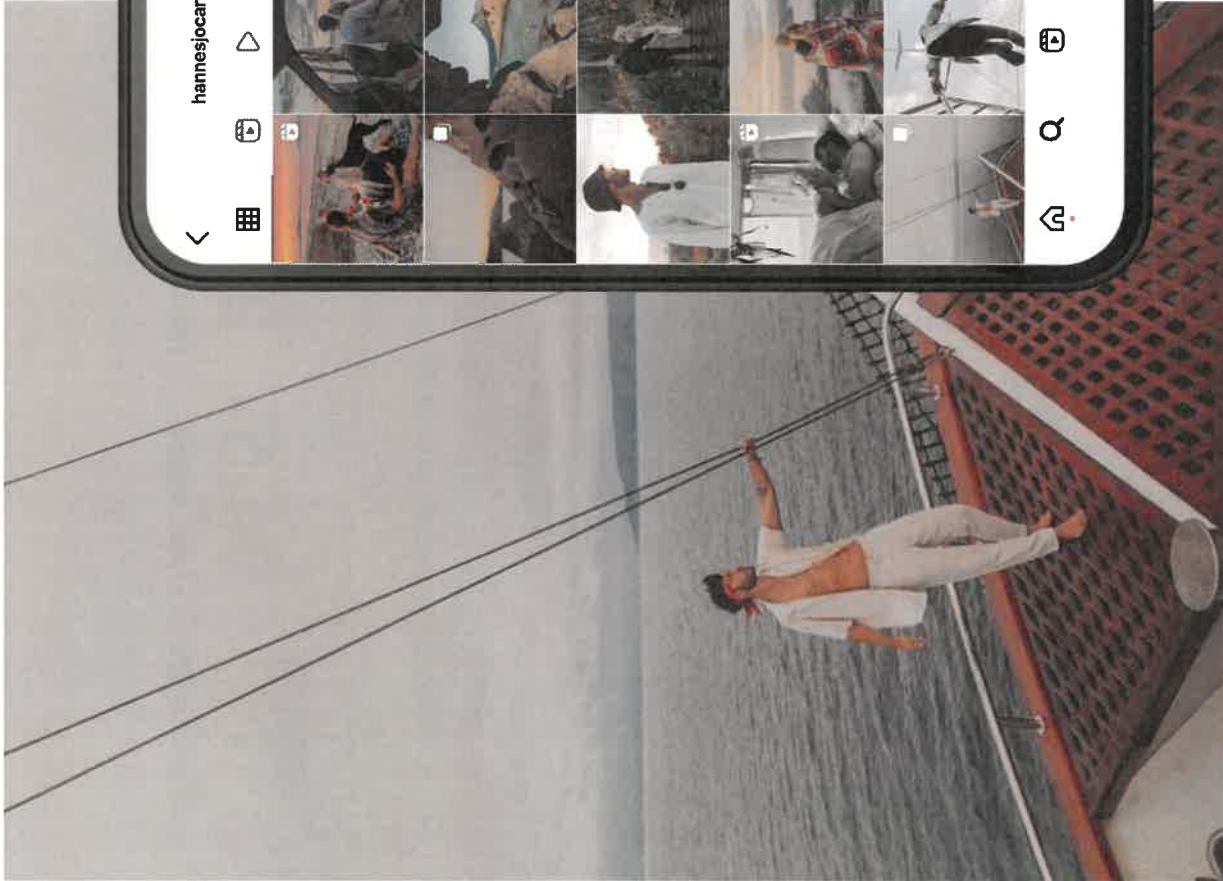
94.5k

FOLLOWERS

2.4%

ENGAGEMENT RATE





SAILING TRIP

MEET THE INFLUENCER

Name: Jo Hannes Kreikebaum

Bio: Jo is a German travel content creator, digital nomad and photographer focussing on travel destinations. He is based in Cologne but together with his girlfriend Nastja he is roaming Europe with their campervan promoting vanlife and wanderlust.

Channel:

- Instagram: www.instagram.com/hannesjocarter



NATIONALITY

58.5k 5.5%

FOLLOWERS

ENGAGEMENT RATE

SAILING TRIP

MEET THE INFLUENCER

Name: Antje-Katrin Schaniel

Bio: Antje-Katrin is a leading content creator focussing on high-end culinary experiences, renowned chefs and restaurants. She is based in Zurich and features food photography as well as hotels with culinary highlights, hotel suites and extraordinary local producers. She has a wide network of Michelin-star chefs and brands tied to the culinary scene.

Channel:

- Instagram: www.instagram.com/senzacamedj



NATIONALITY

91.3k

FOLLOWERS

16.1%

ENGAGEMENT RATE



SAILING TRIP

CAMPAIGN RESULTS SNAPSHOT



450

SOCIAL MEDIA
POSTS*



3

BLOG POSTS



361k

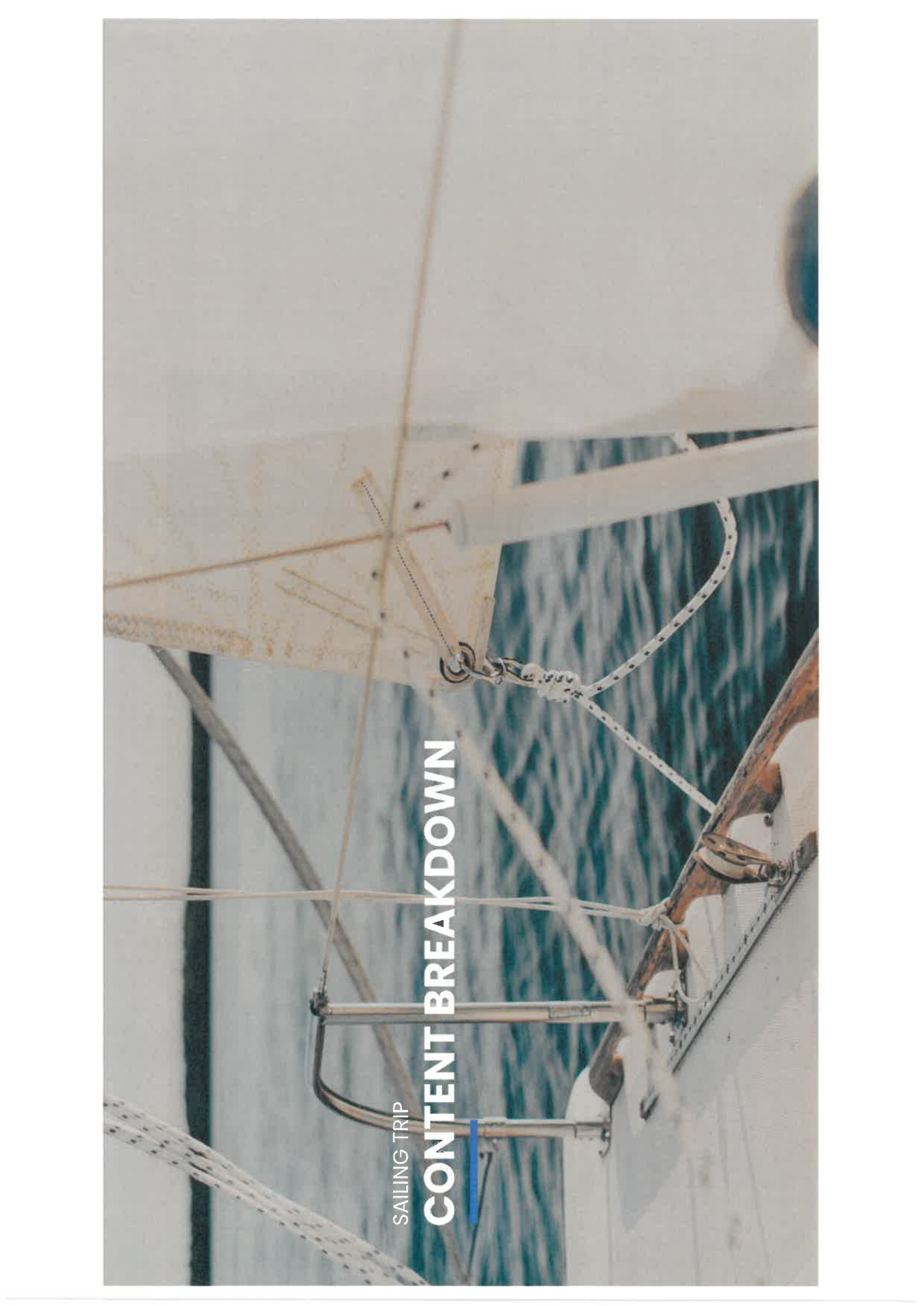
TOTAL
ENGAGEMENTS



3.2m

TOTAL
REACH

**Instagram Grid, Instagram Stories, Instagram Reels, TikTok, Facebook*

A photograph of a sailboat's mast and rigging against a blue sky and sea. The mast is a vertical metal pole with various ropes and pulleys attached. The sea is a deep blue with white-capped waves. The sky is a pale, clear blue. The rigging consists of numerous ropes and pulleys, some of which are white and others are dark. The overall scene is a close-up of the boat's structure, showing the complexity of the sailing equipment.

SAILING TRIP

CONTENT BREAKDOWN

SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS

@m.visuals



m.visuals
Croatia

...

❤️ 📷 📷



m.visuals
Rab Island, Croatia

...

❤️ 📷 📷



as.vision and m.visuals
Rab The Happy Island

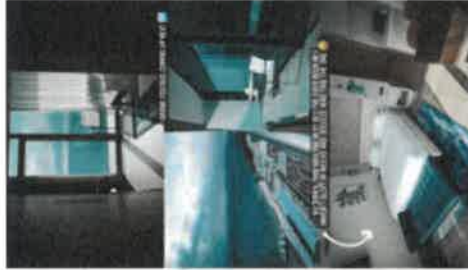
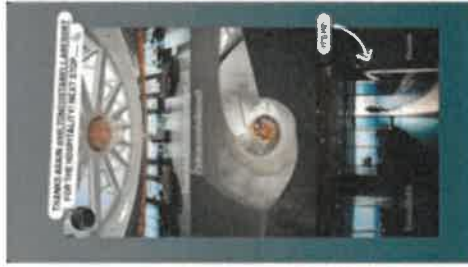
...

📷 📷 📷

SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@m.visuals



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

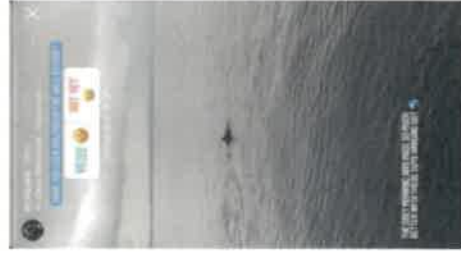
@m.visuals



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@m.visuals



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@m.visuals

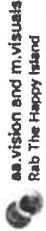


SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS & REELS



@aa.vision



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

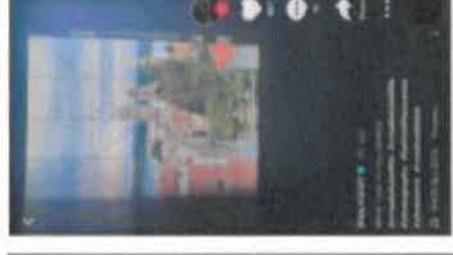
@aa.vision



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@aa.vision



SAILING TRIP

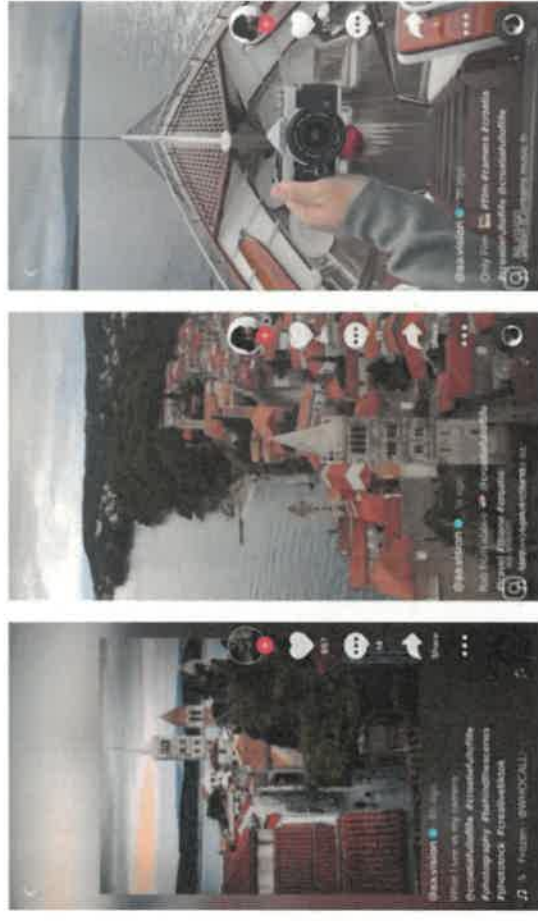
@aa.vision

INSTAGRAM STORIES



SAILING TRIP

TIKTOK



SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS

@anna_ernice



anna_ernice
Rab The Happy Island



anna_ernice
Croatia

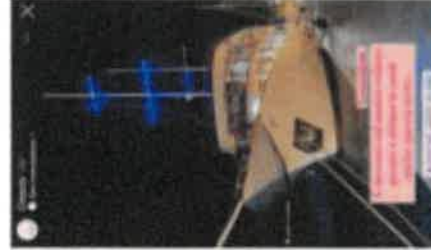


anna_ernice
Croatia

SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@anna_pernice





**Conoscete la barca a vela
Incontro di 5 giorni e
consigli utili**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**

**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**

**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**

**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**

**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**



**Barca a vela: la barca a vela
e la vela**

SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS 1

@travelover.pl



SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS 2

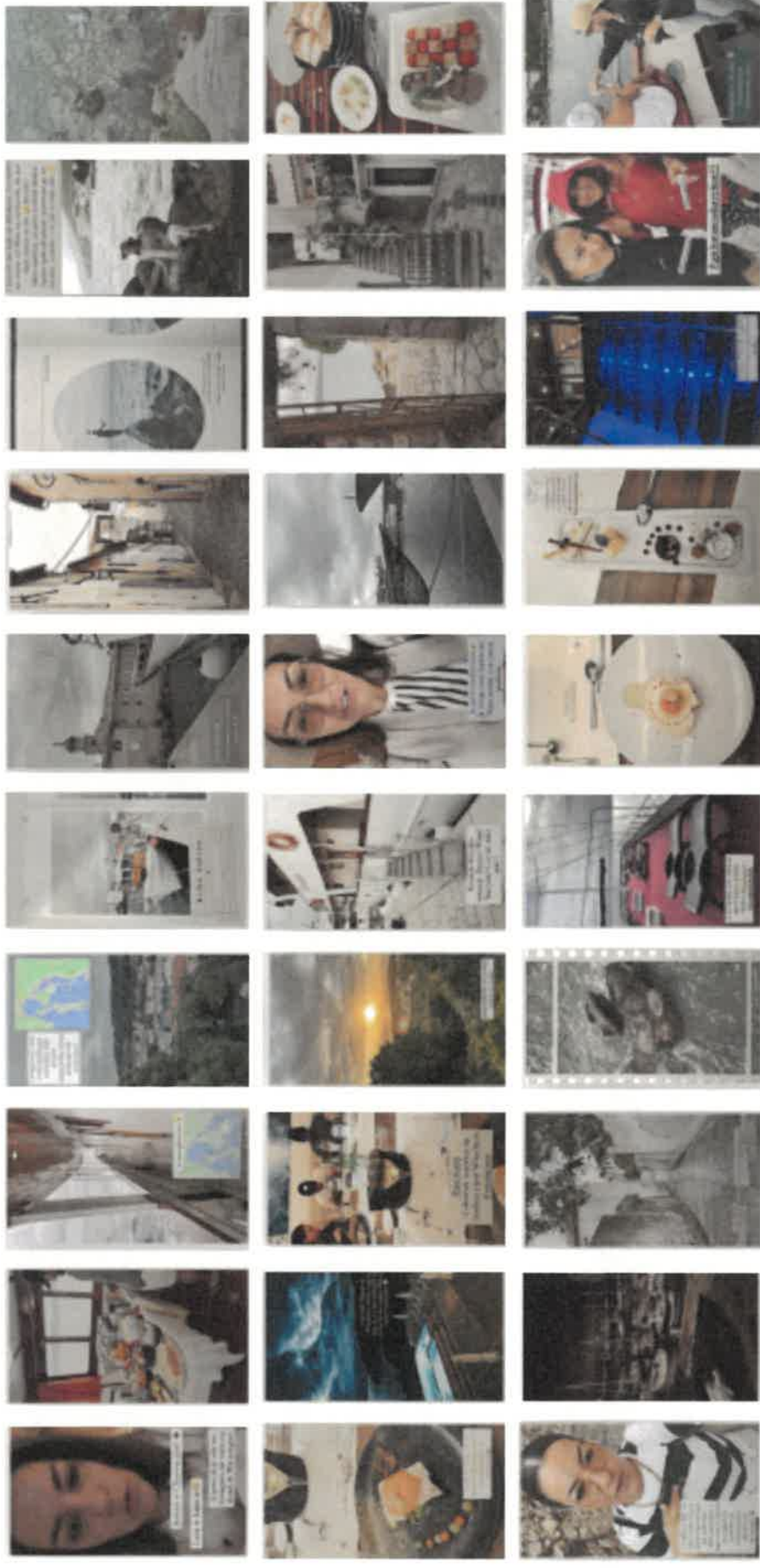
@travelover.pl



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@travelover.pl | 46 IGS in total



FACEBOOK POSTS



SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS

@nastjastasia



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@nastjastasia



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@nastjastasia



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@nastjastasia



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@nastjastasia



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@nastjastasia



SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS

@hannesjocarter



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@hannesjocarter



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

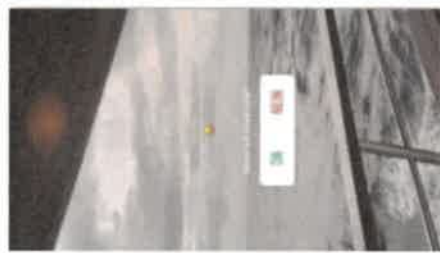
@hannesjocarter



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@hannesjocarter



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@hannesjocarter



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@hannesjocarter



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@hannesjocarter



SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS

@theviennesegirl



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@theviennesegirl



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@theviennesegirl



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@theviennesegirl



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@theviennesegirl



the viennese girl
HOME · ABOUT · SERVICES · **TRAVEL** · ARTS · CATEGORIES · PORTFOLIO · CONTACT

CROATIA



Croatia is a very beautiful and amazing country. I love it! This is Croatia is very and the city of Zagreb. It is a very beautiful and amazing country. There are many places.

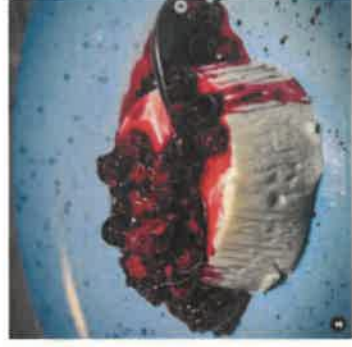
<http://thevienneseirl.com/category/travel/croatia/>

SAILING TRIP

INSTAGRAM POSTS

@senzacamedia

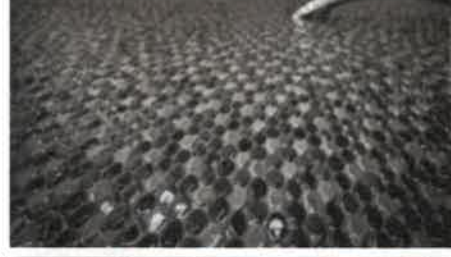
9 more posts with 10
photos each to follow



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@senzacamedi



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@senzacamedi



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

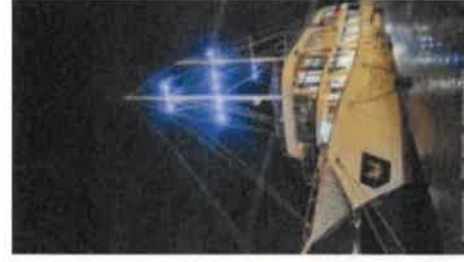
@senzacamedi



SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@senzacamedi



▶ 26,5k

SAILING TRIP

INSTAGRAM STORIES

@senzacamedi





Izvešće

TZG RAB



Promocijske aktivnosti na slovenskem tržištu
Studení 2021.

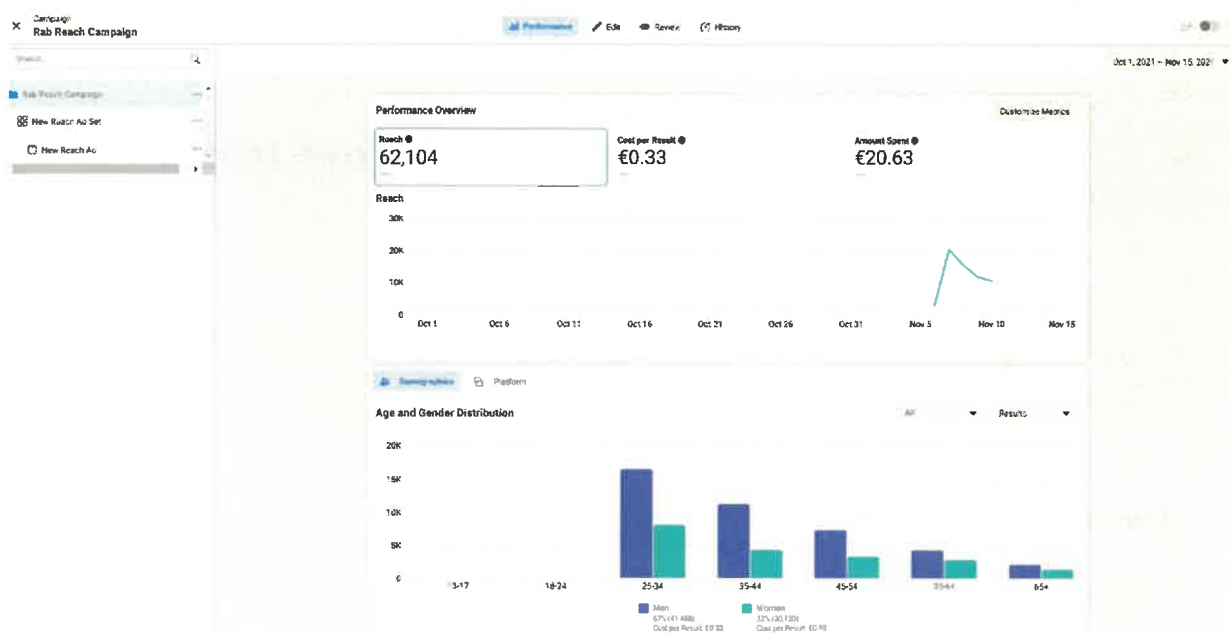
Izvešće pripremio: Goran Blažić

Ljubljana, 15.11.2021.

Banner, veliki desni na www.objemi-hrvasko.si Vremenski zakup do kraja 2021.



Facebook kampanja na slovenskem tržištu, na doseg od 60.000 korisnika u SLO



Ad Name

New Reach Ad

Identity

Facebook Page

Objemni Hrvatsko

Instagram Account

objemnihrvatsko

Branded Content

If this post features a third-party brand or product then you must tag your business partner's Page. See branded content policy.

Branded content tags are not supported for this ad format.

Ad Setup

Create Ad

Format

Choose how you'd like to structure your ad.

Single Image or Video
One image or video, or a slideshow with multiple images.

☒ Carousel
3 or more scrollable images or videos.

Collection
Groups of items that open into a full-screen mobile experience.

Full-screen Mobile Experience

Add an Instant Experience

Ad creative

Select the media, text, and destination for your ad. You can also customize your media and text for each placement. Learn more.

-  Bodite aktivni na otoku Rab
Na otoku se vam ponujajo možnosti za dolge sprehode ob morju, raziskovanje udnih poti ali kolesarske izlive.
-  Otok Rab - raj za kolesarje
Vojna s kolesom je z več kot 300 kilometri kolesarskih stez po celem otoku verjetno najboljši način, da uživate v oddihu na Rabu.
-  Rabska kuhinja
Rabska kuhinja je zelo enostavna in blago začimbena, s tujemno okusna, predvsem zato, ker so živila lokalno pridelana ali sveže uvožena.

+ Add Media

Edit Placement

Select a placement to edit

☒ Automatically show the best performing cards first
On Facebook News Feed, Instagram Feed and Instagram Stories, the carousel card that performs best will be shown first. For all other placements, cards will appear in the order you arrange them.

☒ Add a card at the end with your Page profile picture

Add a map card showing your business location

Primary Text

Izjemno ugodna rabska mikroklima in v veliki meri neokrnjena narava sta veliki prednosti Raba kot turistične destinacije.

Nikoli se ne naveličate lepote prelepega mesta Rab

See more URL

http://www.objemnihrvatsko.hr

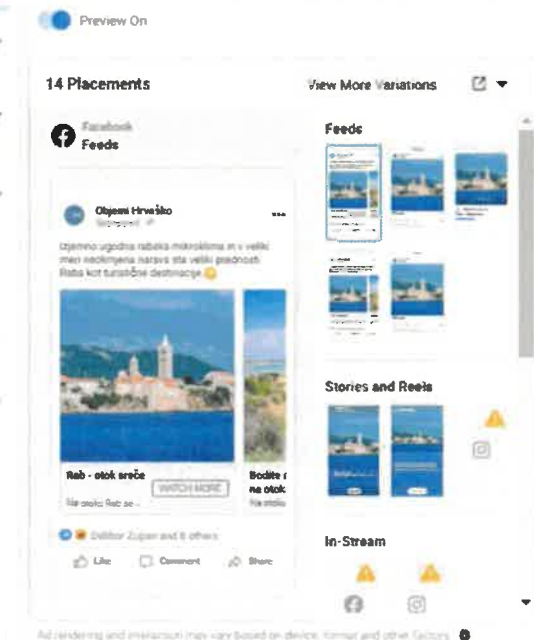
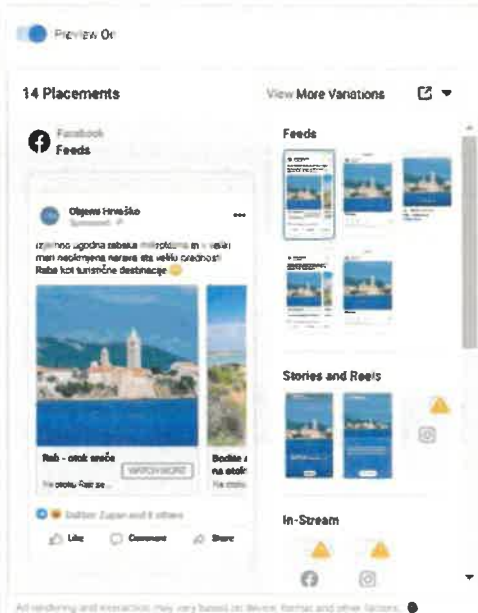
Preview URL

Build a URL Parameter

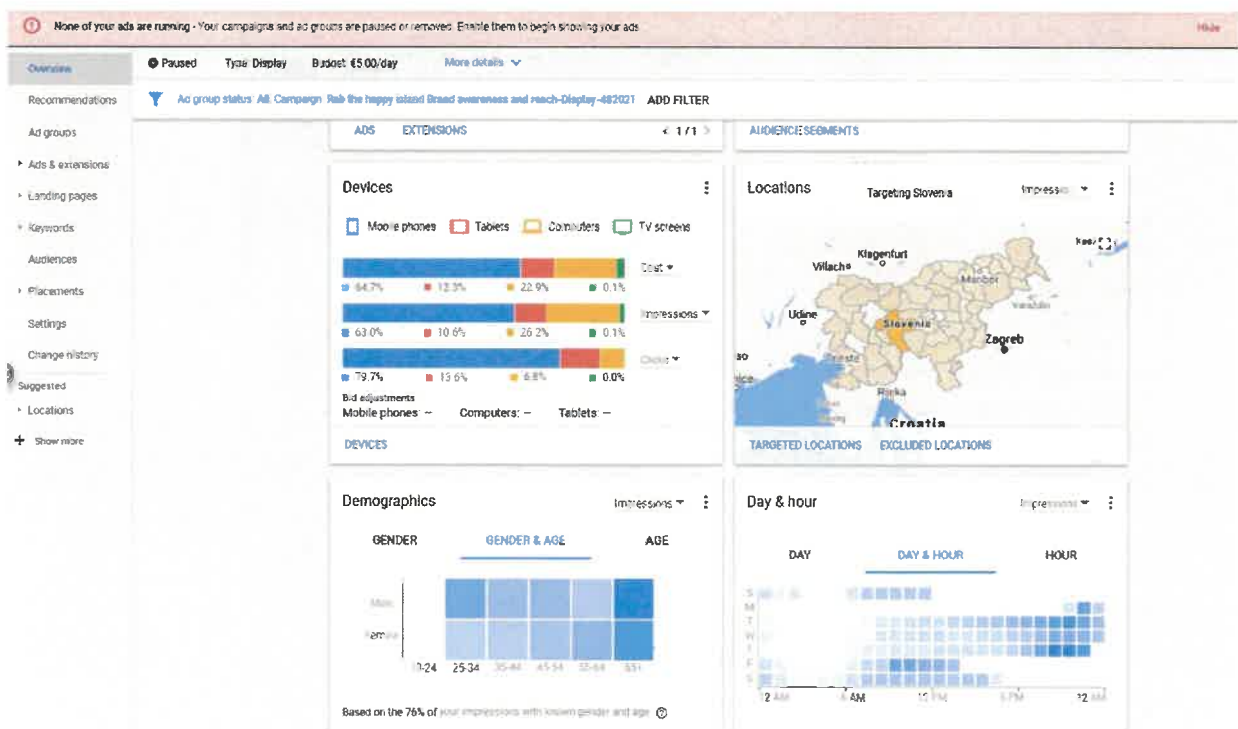
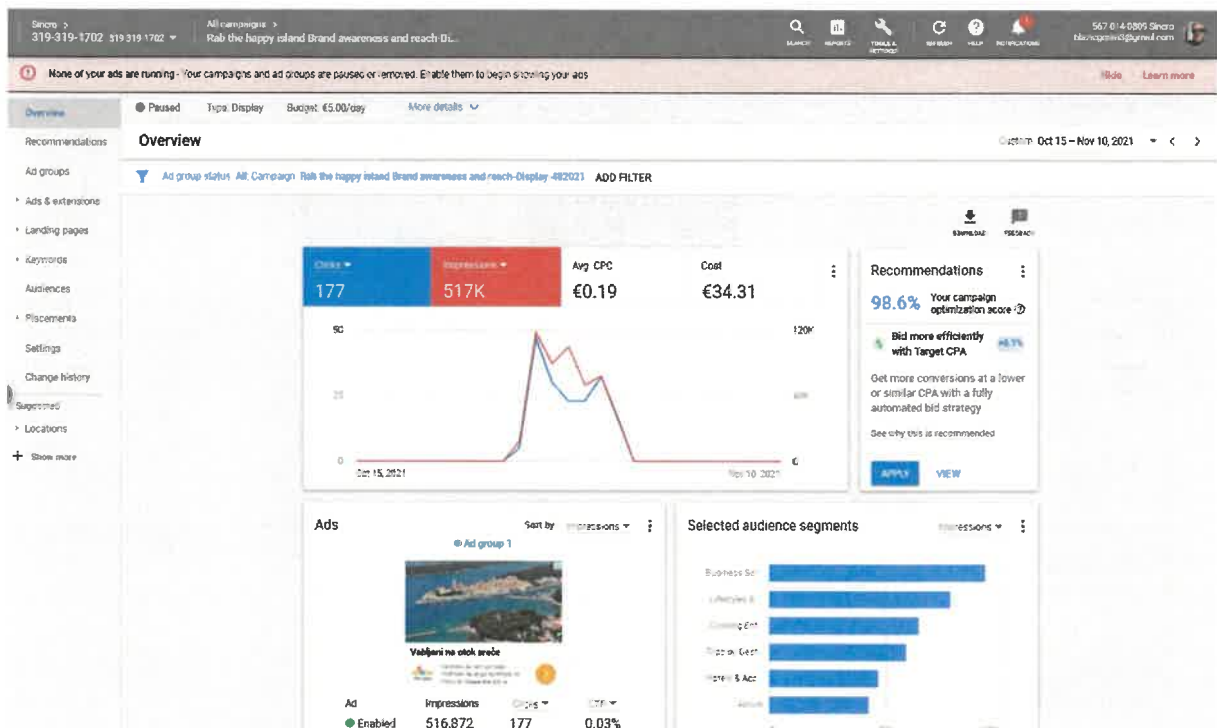
See More Display Link Options

Enter the link you want to show on your first carousel card

Call to Action



Realizacija Google Display kampanje, 500.000 prikaza u Sloveniji



Overview

Paused

Type Display

Budget €5.00/day

More details

Recommendations

Asset status: All enabled

ADD FILTER

Ad groups

Assets

Statuses

Asset type

Performance

Ads & extensions

Vabljenina otok sreče

Approved

Headline

Good

Extensions

Rab - raj za mirne

Approved

Headline

Best

Landing pages

Sprostite se na otoku sreče

Approved

Headline

Good

Keywords

Otok Rab vas pričaka

Approved

Headline

Good

Audiences

Otok Rab - znan kot otok sreče, sonca, morja in ščevčnih naravnih lepot

Approved

Long headline

-

Placements

Rabeka kuhinja je zelo incisivna in blago začrtnjena, a zjemno okusna

Approved

Description

Good

Settings

Med vsem jadranskim otoki Rab premora največ pešakov plač

Approved

Description

Good

Change history

Tri učne poti se raztezajo na območju Kampona, Lopanja in Superarske Drage

Approved

Description

Good

Suggested

Na otoku se vam ponujajo možnosti za dolge sprehode ob morju ali kolešarske izzive

Approved

Description

Good

Locations

7360 x 3853

Approved

Image

Good

4288 x 2545

Approved

Image

Best

3008 x 1574

Approved

Image

Good

3543 x 1854

Approved

Image

Good

3000 x 1570

Approved

Image

Good

Show more

Recommendations

Asset status: All enabled

ADD FILTER

Download

Share

Export

Ad groups

Ads & extensions

Extensions

Landing pages

Keywords

Audiences

Placements

Settings

Change history

Suggested

Locations

Show more

Asset	Status	Asset type	Performance
 2944 x 2944	Approved	Square image	Good
 1996 x 1996	Approved	Square image	Learning
 2848 x 2848	Approved	Square image	Good
 4912 x 4912	Approved	Square image	Good
 2002 x 2002	Approved	Square image	Good
 1739 x 1739	Approved	Square image	Good
 750 x 750	Approved	Logo	Good
 1126 x 1126	Approved	Logo	Good

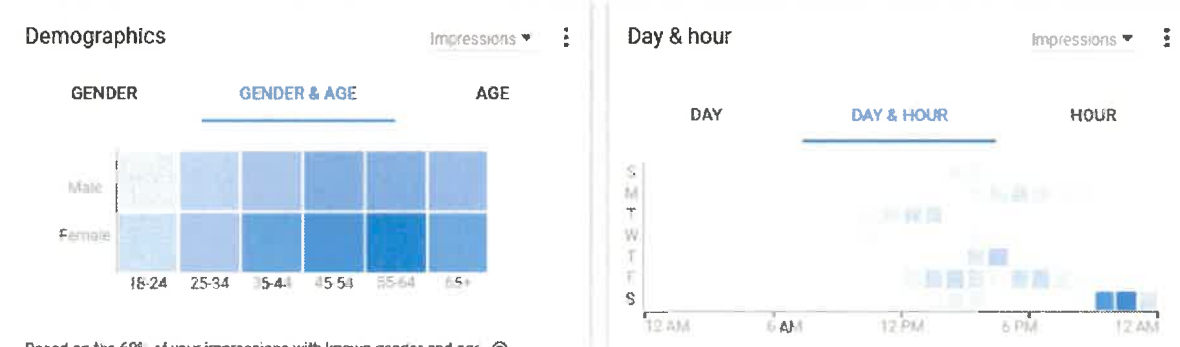
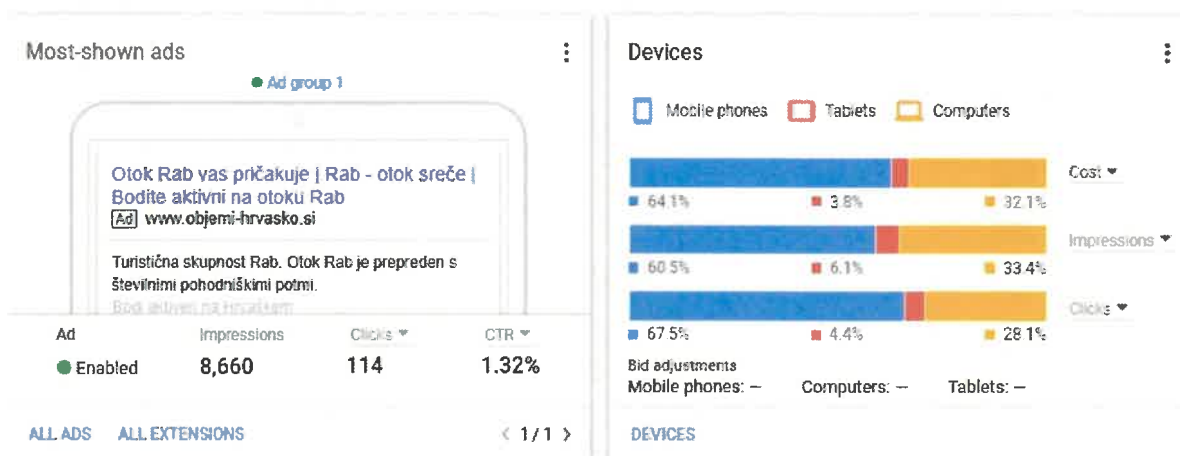
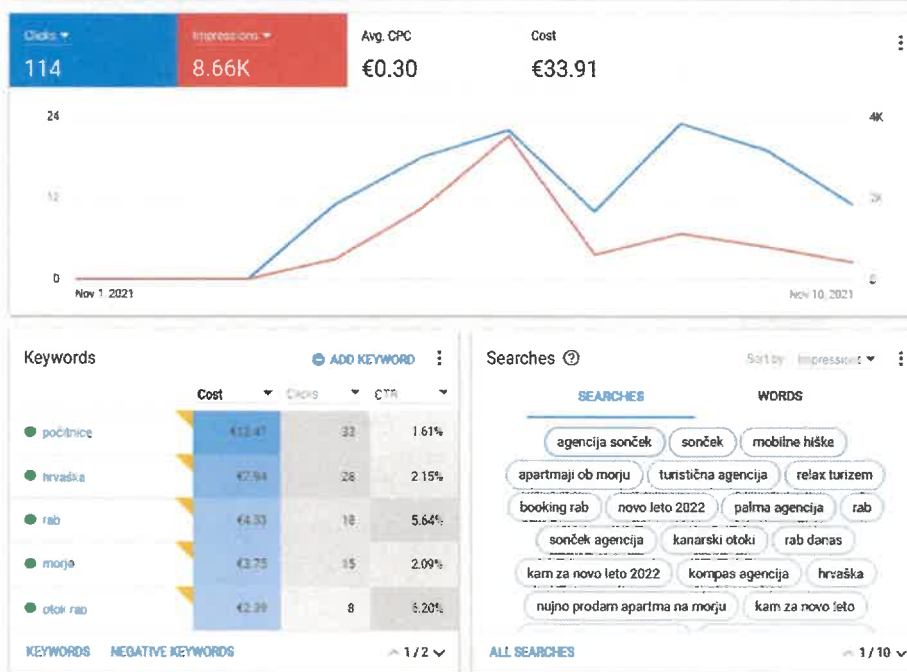
1 - 24 of 24

Show rows: 50

Show rows: 50 1 - 24 of 24

Realizacija Google Search kampanje, slovensko tržište, ključne riječi

Ad group status: All Campaign: RAB 2021 - Website traffic-Search-4 ADD FILTER



Where ads showed

2021 Nov 1 - 10 2021

Campaign name	RAB 2021 - Website traffic-Search-6	▼
Goals	Using campaign-specific goal settings	▼
Marketing Objective	Website traffic	▼
Campaign status	● Paused	▼
Networks	Google Search Network, Search partners, Display Network	▼
Locations	Slovenia (country)	▼
Languages	English and Slovenian	▼
Budget	€5.00/day	▼
Bidding	Maximize conversions	▼
Start and end dates	Start date: November 4, 2021 End date: Not set	▼
Value rules	No rule set	▼
Ad rotation	Optimize Prefer best performing ads	▼
Campaign URL options	No options set	▼
Dynamic Search Ads setting	Get automated search targeting and customized ad headlines based on your website	▼
IP exclusions	No exclusions set	▼

Hvala vam na suradnji uz nadu da ste i vi zadovoljni rezultatima.

U očekivanju nastavka suradnje, lijepo vas pozdravljamo!

S poštovanjem,

Goran Blažić
Direktor

SINCRO PLUS d.o.o.



Parmova 53/V, 1000 Ljubljana

Tel.+386 590 59 690

GSM.+386 31 382 752

e-mail: goran.blazic@sincro.si

www.objemi-hrvasko.si





Izvešće

TZG RAB



Promocijske aktivnosti na slovenskem tržištu
Studení/Prosinac 2021.

Izvešće pripremio: Goran Blažić

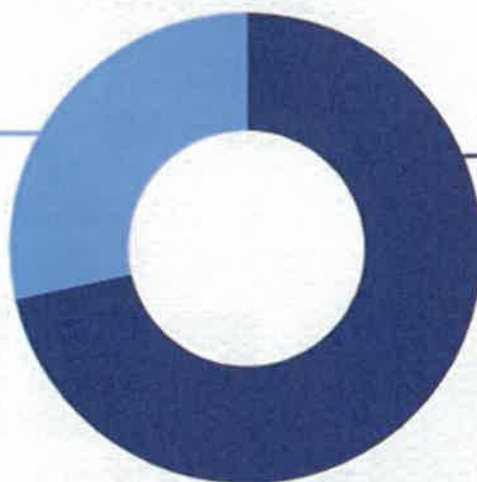
Ljubljana, 7.12.2021.

STATISTIKA PRIKAZOV



26.706

skupni doseg vseh
Facebook objav



67.053

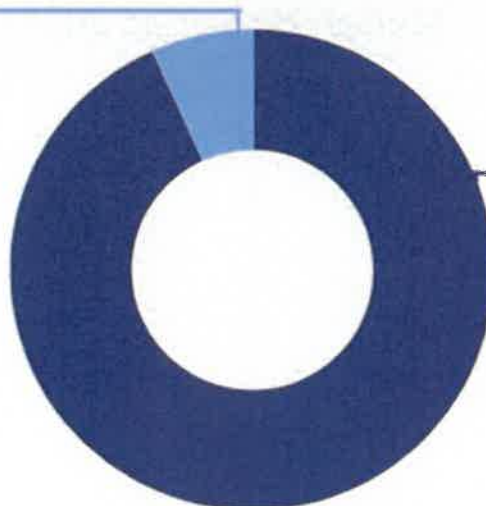
vseh odpiranj
mailinga

STATISTIKA KLIKOV



208

Facebook objave

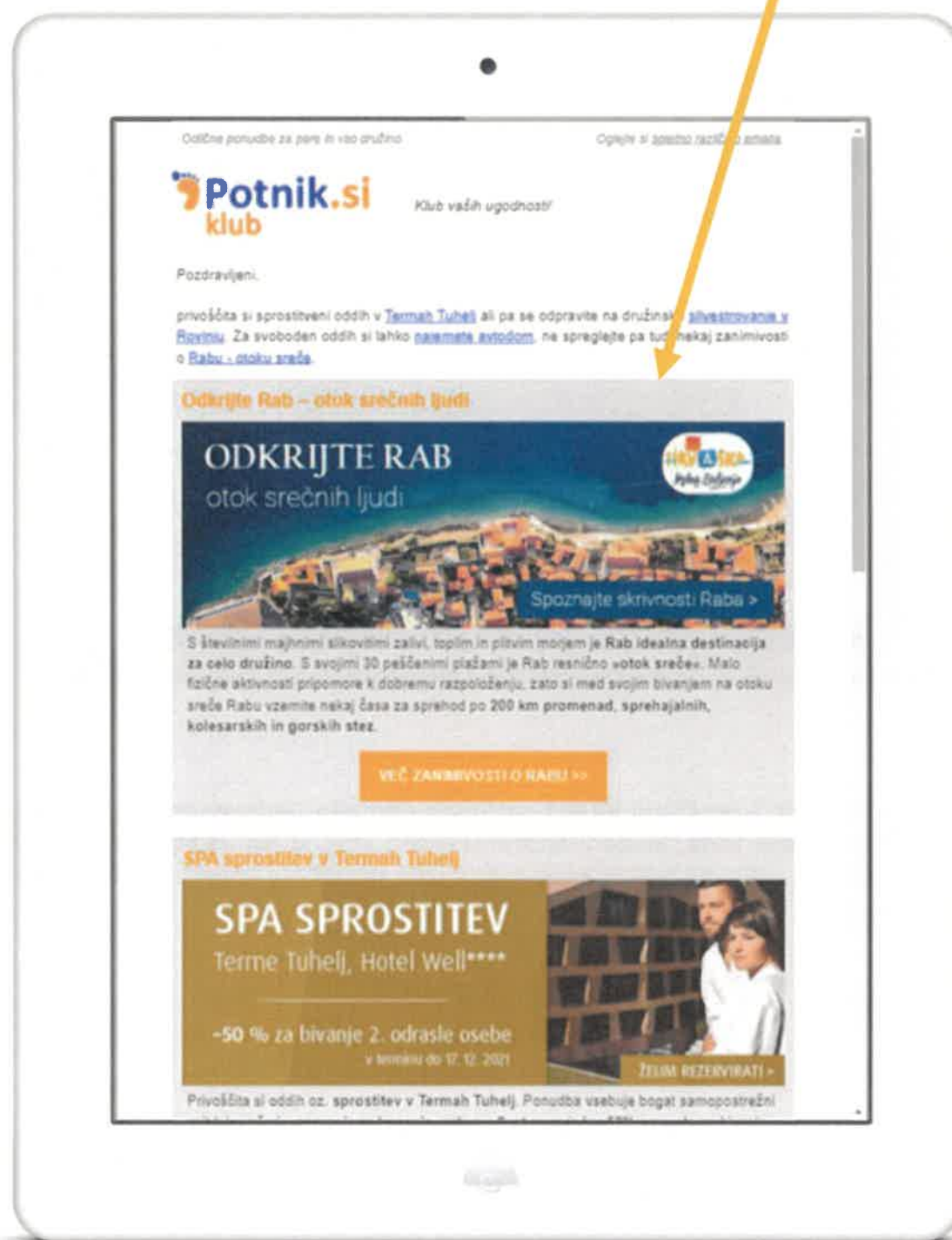


2.810

v mailingu

Statistika slanja mailinga

Mailing Potnik.si je bio poslan **09.11.2021.** na bazu Potnik.si Klub. Mailing je bio uspješno dostavljen na **204.131** e-mail adresa.



Statistika mailinga

Mailing sa nazivom Sta za malo sprostivte? je bio prikazan više od 67.053 puta. Mailing smo opremili sa web stranicu sa više informacija o vašoj ponudi i destinaciji.



Mailing je **kliknulo i pročitalo 60.831 različitih čitatelja (jedinствена otvaranja)**, a otvorili su ga **67.053 puta**. Stupanj otvaranja (open rate) je bio **29,8%**. Mailing je bio zanimljiv i privukao je veliki broj čitatelja koji su tako saznali šta mogu **vidjeti i doživjeti kod vas na Rabu**.

Članak na web stranici Potnik.si

Za članek smo napravili posebno stranico na web stranici Potnik.si a možete ju vidjeti na linku: <https://www.potnik.si/rab/>

Članak smo opremili sa slikama, tekstom i linkovima na vašu web stranico.

Potnik.siPretragaPotopisiIskaj za oddihUgodnostiDestinacijeNasvetiZanimivostiIntervjuQ

Štampa » Prejemanje » Odkrijte Rab » Odkrijte Rab »

Odkrijte Rab – otok srečnih ljudi

12. avgust 2021

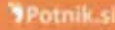
< Deliti    

Še svojim **30 peščenimi plažami** je **Rab resnično »otok srečec«** s številnimi majhnimi slikovimi zalivi, kar so turisti iz celega sveta prepoznali pred skoraj 120 leti. Ta tradicija se nadaljuje vse do današnjih dni, ko je **Rab zaradi kristalno čistega, toplega in plitvega morja idealna destinacija za celo družino**. Tukaj lahko prav vsak gde na svoje žaje najde svojo idealno plažo: na Rabu so nudistične plaže, odročni zalivi, plaže za ose in plaže za samike, to iščejo malo... ljubezni 😊





Poleg množice nastanitvenih objektov se v mestu Rab zelo veliko vlagi v izboljšanje bivanja turistov na otoku, pri čemer Turistični skupnosti izjemno pomagata mesto Rab in "Pučko otvoreno učilište Rab".

**NAJEM AVTODOMA**

Priročnik ali svobodni oddih in brezskrbno uživanje.

9 AVTODOMOV VSIH VELIKOSTI



Potujte tako, kot si želite!

ZANIMA ME VEČ >

Prijava na e-novice

Prejemajte BREZPLAČNO e-revijo Potnik.si

Brezplačno po e-mailu prejimate zanimive potopise, koristne potovalne nasvete, zanimivosti in posebne ugodnosti. To je vaš prvi korak do sanjskega potovanja.

Vaš e-mail naslov *

Sstrinjam se s pogoji varovanja in nameni obdelave osebnih podatkov v skladu z GDPR.

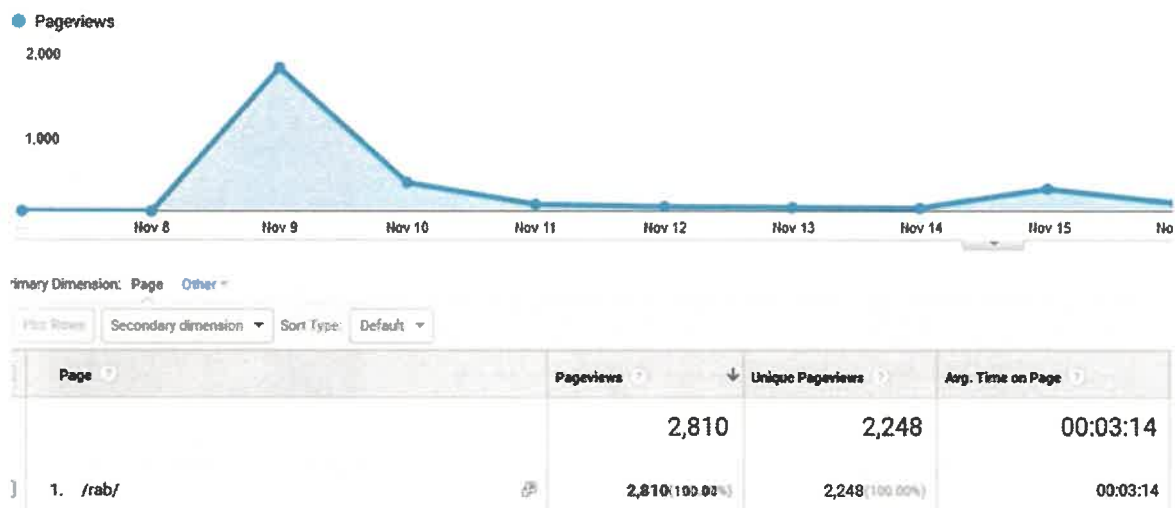
Prijavi

Delovanje v zvezi s Potnik.si

Statistika članka

Mailing i s tim kratak tekst te link do članka je bio prikazan više od **67.053 puta**. Članak je kliknulo i pročitao **2.248 različitih čitatelja**, a otvoren je bio **2.810 puta**. Članak je bio vrlo zanimljiv i privukao je veliki broj čitatelja.

Na članku su se čitatelji održali u prosjeku **3:14 minute**, što je dobar rezultat i znači da je većina onih koji su otvorili članak, to i pročitali. Zanimljiv članak i opis su privukli veliki broj čitatelja, koji su ujedno saznali vašu ponudu i što sve se može vidjeti, raditi i doživjeti kod vas.



Objave na Facebook stranicama

Objavu smo stavili i na naše Facebook stranice Potnik.si, Zdravo.si i Likeout.net, gdje imamo preko 185.000 pratitelja. Najave su dosegnule preko **26.706 korisnika** i više 208 klikova.

Potnik.si
Sponzorirano

Rab je zaradi prečudovite narave ter številnih sprehajalnih in kolesarskih stez idealna destinacija za aktiven družinski oddih. Na poti lahko odkrijete čarobne pokrajine, stare kamnite hiške in redke naravne lepote. Ne izgubljajte časa – sedite na kolo ali najemite kajak!



ODKRIJTE RAB
otok srečnih ljudi

Spoznajte skrivnosti Raba >

POTNIK.SI
Odkrijte Rab – otok srečnih ljudi - Potnik.si

[Več informacij](#)

LikeOut
Objava

Rab je zaradi prečudovite narave ter številnih sprehajalnih in kolesarskih stez idealna destinacija za aktiven družinski oddih. Na poti lahko odkrijete čarobne pokrajine, stare kamnite hiške in redke naravne lepote.



Odkrijte Rab – otok srečnih ljudi - Potnik.si

Rab je znan, kot otok smetle, sonca, zvezd, morja in lepote ter kot eden najlepših zelenih jadarskih...

Zdravo.si
Objava

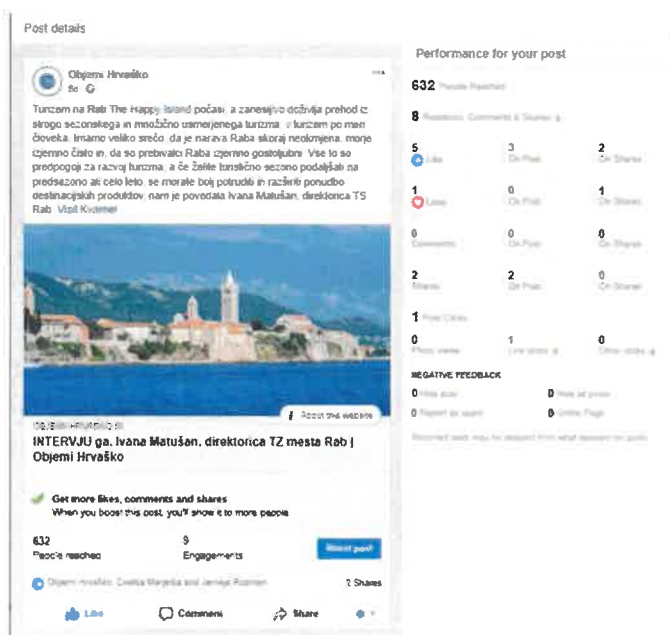
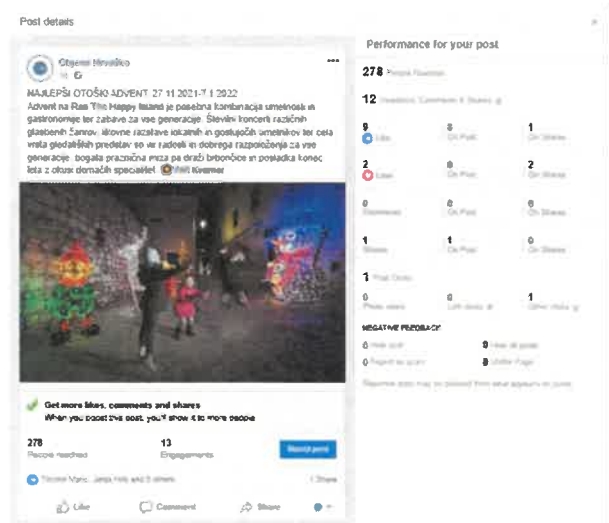
Rab je zaradi prečudovite narave ter številnih sprehajalnih in kolesarskih stez idealna destinacija za aktiven družinski oddih. Na poti lahko odkrijete čarobne pokrajine, stare kamnite hiške in redke naravne lepote.

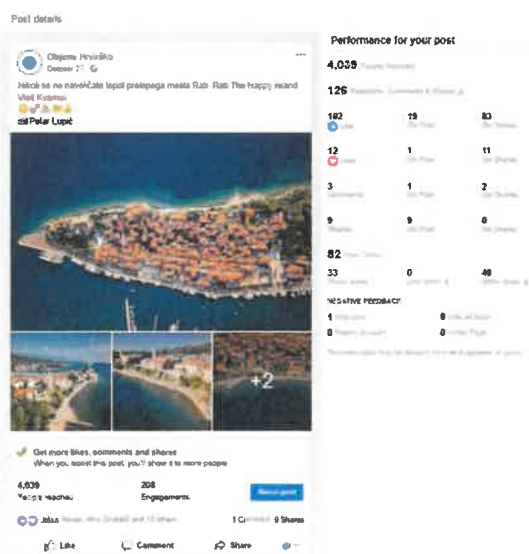
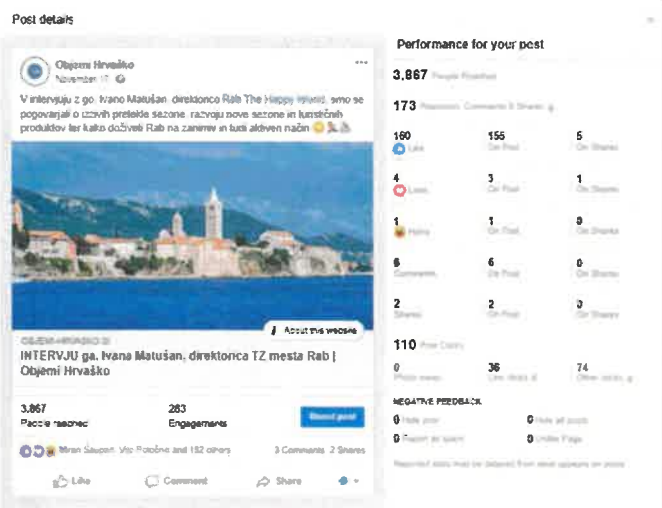
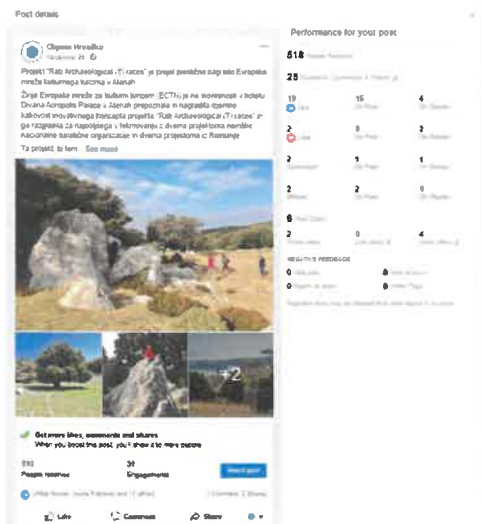


Komentar

S obzirom na broj otvaranja i klikova procjenjujemo da je akcija bila **vrlo uspješna**. Zanimljiv mailing je privukao veliki broj čitatelja, koji su vidjeli i saznali više o vašoj **destinaciji i o vašoj ponudi**. Vjerujemo da će vas neki od njih zbog ovog članka posjetiti i odlučiti se za rezervaciju kod vas.

Objave na društvenim mrežama Objemi Hrvaško
Facebook, Instagram, Twitter





Performance for your post

439 People Reached

13 Reactions Comments & Shares

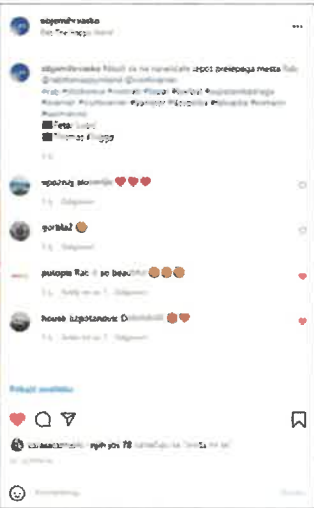
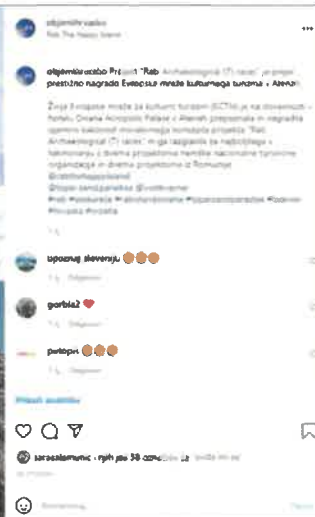
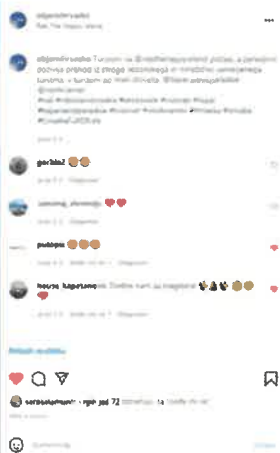
Reactions	Comments	Shares
5 Like	3 Go Page	6 Go Share
2 Love	0 Go Page	2 Go Share
0 Comments	0 Go Page	0 Go Share
2 Shares	1 Go Page	1 Go Share
6 Write Comment		
1 Public view	0 Go Page	5 Go Share

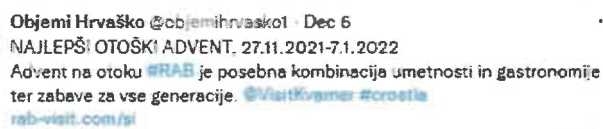
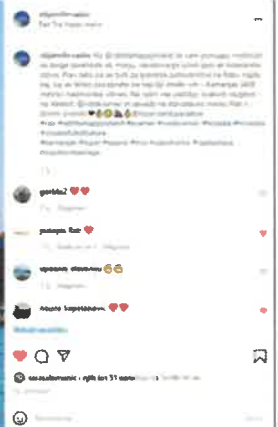
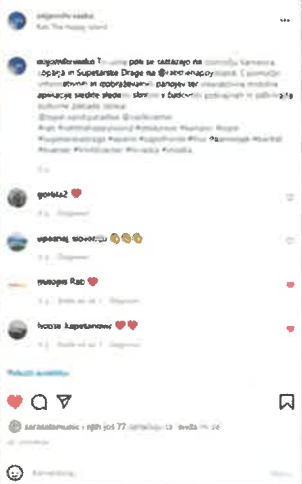
NEGATIVE FEEDBACK

Like post	Write off profile
Report as spam	Create Page

Reported content may be removed from your account or blocked

[illegible]





Objemi Hrvaško @objemihrvasko1 · Dec 1

Turizem na otoku #Rab počasi, a zanesljivo doživlja prehod iz strogo sezonskega in množično usmerjenega turizma, v turizem po meri človeka. @VisitKvarner



objemi-hrvasko.si

INTERVJU ga. Ivana Matušan, direktorica TZ mesta Rab | Objemi Hrva...
Hrvaška je veliko več! Intervju z go. Ivano Matušan, direktorico TZ mesta Rab, o pretekli in prihajajoči sezoni, novostih in namigih za ...

3 12

Objemi Hrvaško @objemihrvasko1 · Nov 25

Projekt "Rab Archaeological (T) reces" je prejel prestižno nagrado Evropske mreže kulturnega turizma v Atenah. #Rab #Lopar @VisitKvarner rab-visit.com



1 7

Objemi Hrvaško @objemihrvasko1 · Nov 17

V intervjuju z go. Ivano Matušan, direktorico Turistične skupnosti mesta #Rab, smo se pogovarjali o izzivih pretekle sezone, razvoju nove sezone in turističnih produktov ter kako doživeti Rab na zanimiv in tudi aktiven način. @VisitKvarner



objemi-hrvasko.si

INTERVJU ga. Ivana Matušan, direktorica TZ mesta Rab | Objemi Hrva...
Hrvaška je veliko več! Intervju z go. Ivano Matušan, direktorico TZ mesta Rab, o pretekli in prihajajoči sezoni, novostih in namigih za ...

1 6



Objemi Hrvatsko @objemihrvasko1 · Oct 27

...

Nikoli se ne naveličate lepote prelepega mesta #Rab.
#rabthehappyisland #kvarner #Gostis @VisitKvarner
Foto: Petar Lupić



3 20



Objemi Hrvatsko @objemihrvasko1 · Oct 25

...

Tri učne poti se raztezajo na območju Kampora, Loparja in Supetarske Drage na otoku #Rab. S pomočjo informativnih in izobraževalnih panojev ter interaktivne mobilne aplikacije sledite sledem, skritim v čudovitih pokrajinah in odkrivajte kulturne zaklade otoka! @VisitKvarner



9



Objemi Hrvatsko @objemihrvasko1 · Oct 14

...

Na otoku #Rab se vam ponujajo možnosti za dolge sprehode ob morju, raziskovanje učnih poti ali kolesarske izzive. Prav tako pa se tudi za ljubitelje pohodništva na Rabu najde kaj. @VisitKvarner rab-visit.com/si



10

WEB objemi Hrvaško PR ČLANAK

[HOME](#)
[DOGOĐENJA](#)
[AKTIVNOSTI](#)
[O NAS](#)

INTERVJU ga. Ivana Matušan, direktorica TZ mesta Rab

11. listopada 2021.

V intervjuju z go. Ivano Matušan, direktorico Turističke zajednice grada Raba, smo se pogovarjali o izjavi preteklih sezone, razvoju nove sezone in turističnih produktov ter kako doživlja Rab na znanosti in kult. aktivnih način.

1 Lahko na kratko ocenite turistično sezono? Kolikšen je bil delež slovenskih gostov?

Pretekla turistična sezona (turistično leto še vedno traja) je za celotno Hrvaško menila v res ugodnem ozračju in v mestu Rab imamo resnično razlog za zadovoljstvo. V času od 1. 1. do 31. 10. 2021 je bilo realiziranih 207.522 nočitev, turistični rezultati v primerjavi s letom 2020 na to bi bili na 83 %.

OH! Ljudje in turizem

OH! Ljudje in turizem

[HOME](#)
[DOGOĐENJA](#)
[AKTIVNOSTI](#)
[O NAS](#)

OH! Ljudje in turizem

OH! Ljudje in turizem

OH! Ljudje in turizem

OH! Ljudje in turizem

[HOME](#)
[DOGOĐENJA](#)
[AKTIVNOSTI](#)
[O NAS](#)

OH! Ljudje in turizem

OH! Ljudje in turizem

OH! Ljudje in turizem

OH! Ljudje in turizem

Hvala vam na suradnji uz nadu da ste i vi zadovoljni rezultatima.

U očekivanju nastavka suradnje, lijepo vas pozdravljamo!

S poštovanjem,

Goran Blažić
Direktor

SINCRO PLUS d.o.o.



Parmova 53/V, 1000 Ljubljana

Tel.+386 590 59 690

GSM.+386 31 382 752

e-mail: goran.blazic@sincro.si

www.objemi-hrvasko.si

