



IZVJEŠĆE O TURISTIČKOM PROMETU U TZG
RABA ZA RAZDOBLJE
OD 1.1.2022. DO 31.12.2022.

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA i
FINANCIJSKOG PLANA
TZG RABA
ZA 2022. GODINU

USVOJENO NA XXI. SJEDNICI TURISTIČKOG VIJEĆA TZG RABA 23.3.2023.

USVOJENO NA VII. SJEDNICI SKUPŠTINE TZG RABA 30.3.2023.

OŽUJAK 2023.

1. IZVJEŠĆE O TURISTIČKOM PROMETU U TZG RABA ZA RAZDOBLJE OD 01.01.2022. DO 31.12.2022.

PREGLED BROJA TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA PO KAPACITETIMA

OPIS	KAPACITET	BR.TURISTA	Index 22/21.	BR.NOĆENJA	Index 22/21.	DANI POPUNJENJA 2022
HOTELI	1 249	34 469	121	166 581	125	133
Valamar Collection Imperial Hotel	206	5 150	125	25 507	133	124
Hotel Arbiana	57	2 423	171	7 723	153	135
Valamar Carolina Hotel	276	5 657	125	34 250	126	124
Hotel International	260	4 997	128	20 854	129	80
Valamar Padova Hotel	350	13 913	111	68 709	119	196
Pansion Tamaris	28	449	97	2 212	103	79
Hotel Villa Barbat	26	529	137	2 592	137	100
Integralni hotel Ville Arbia	46	1 351	115	4 734	118	103
TURISTIČKO NASELJE	235	2 357	142	16 460	138	70
App. Suha Punta Sunny Residence	195	1 550	135	11 513	125	59
Ville Carolina	40	807	158	4 947	174	124
KAMPOVI	1 726	21 690	114	154 562	113	90
Padova Camping Resort	1 509	18 313	115	137 106	115	91
Lando Resort	108	1 951	130	10 109	118	94
Kamp Planka	25	128	91	930	83	37
Kamp Sole	24	57	79	318	68	13
Kamp Wodenča	60	1 241	91	6 099	91	102
PRENOĆIŠTE	36	124	110	952	90	26
OBIT.SMJEŠTAJ	13 826	106 605	117	852 423	114	62
OBRTNICI I TVRTKE	1 148	9 384	104	65 042	101	57
NEKOMERCIJALN I SMJ.DOM.STA.	2 189	1 747	93	23 860	94	11
VIKENDAŠI	4 361	4 103	103	82 787	92	19
UKUPNO	24 770	180 479	116	1 362 667	112	55

U 2022. godini je u hotelima ostvareno 21 % više dolazaka i 25 % više noćenja u odnosu na 2021. godinu. Turistička naselja ostvarila su 42 % više dolazaka i 38 % više noćenja. Kampovi su ove godine ostvarili 14 % više dolazaka i 13 % više noćenja. U prenoćištu je ostvareno 10% više dolazaka, te 10% manje noćenja u odnosu na prošlu godinu. U obiteljskom smještaju bilježimo 17 % više dolazaka i 14 % više noćenja u odnosu na lani. Obrtnici i manje tvrtke ostvarili su 4 % više dolazaka i 1 % više noćenja.

U nekomercijalnom smještaju domicilnog stanovništva ostvareno je 7 % manje dolazaka, a broj noćenja je smanjen za 6%. Ove godine je kod vlasnika vikendica ostvareno 3 % više dolazaka i 8 % manje noćenja u odnosu na lani.

PREGLED BROJA OSTVARENIH NOĆENJA NA OTOKU RABU 01.01. 2022 - 31.12.2022. GODINE

TURISTIČKA ZAJEDNICA	OSTVARENA NOĆENJA
TZG RABA	1 362 667
TZ OPĆINE LOPAR	747 847
UKUPNO	2 110 514

U 2022. godini je na otoku Rabu ostvareno 15% više noćenja u odnosu na 2021. godinu.

Milijunto noćenje na razini grada Raba ostvareno je 29.8.2022.

Dvomilijunto noćenje na otoku Rabu ostvareno je 13.9.2022.

NOĆENJA OSTVARENA PO MJESTIMA 01.01.2022. – 31.12.2022.

MJESTO	OBITELJSKI SMJEŠTAJ PAUŠAL	OBRTNICI I TVRTKE	HOTELI, HOSTEL+ NASELJE	PRENOČIŠTE	KAMP	NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	UKUPNO
BANJOL	216 866	15 564	73 443		137 106	31 297	474 276
BARBAT	194 410	5 153	2 592		6 099	34 940	243 194
KAMPOR	130 143	17 540	50 710		11 357	11 061	220 811
MUNDANIJE	16 987					1 558	18 545
PALIT	122 483	8 964	27 719			14 576	173 742
RAB	14 261	1 412	28 577	952		2 968	48 170
SUP.DRAGA	157 273	16 409				10 247	183 929
UKUPNO	852 423	65 042	183 041	952	154 562	106 647	1 362 667

NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ 01.01. – 31.12.2022. SA USPOREDBOM U 2021. GODINI

Objekt Podvrsta objekta	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks
Kuća stanovnika općine/grada	1.505	1.633	92	21.241	23.777	89
Kuća za odmor (vikendica)	2.710	2.735	99	54.506	59.315	92
Stan stanovnika općine/grada	175	90	194	2.178	1.447	151
Stan za odmor (vikendica)	1.460	1.391	105	28.722	30.287	95
Ukupno	5.850	5.849	100	106.647	114.826	93

U nekomercijalnom smještaju ostvaren isti broj dolazaka kao i lani, a broj noćenja je manji za 7 %

KUĆE I STANOVI ZA ODMOR 2022.

Vlasnici kuća i stanova za odmor dužni su temeljem zakona o turističkoj pristojbi u periodu od 01. 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 U PRVIH DEVET MJESECI 2022.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	423	1 489	897	592	30 017
BANJOL	251	1 042	678	364	22 628
PALIT	188	576	412	164	11 884
SUP. DRAGA	91	409	245	164	6 366
KAMPOR	114	428	239	189	8 634
RAB	51	114	88	26	2 015
MUNDANIJE	24	45	37	8	1 243
UKUPNO :	1 142	4 103	2 596	1 507	82 787
2021. g	1 098	3 979	2 691	1 288	89 566

TURISTIČKI PROMET U 2022. GODINE PO MJESECIMA SA USPOREDBOM U 2021. GODINI

Datum	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks dolasci	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks noćenja ukupno
2022/01 / 2021/01	127	68	186,76	1.389	1.016	136,71
2022/02 / 2021/02	126	109	115,60	721	1.053	68,47
2022/03 / 2021/03	338	307	110,10	2.161	2.170	99,59
2022/04 / 2021/04	4.523	1.330	340,08	17.817	5.562	320,33
2022/05 / 2021/05	7.802	3.433	227,26	37.257	17.817	209,11
2022/06 / 2021/06	29.833	18.899	157,85	198.355	115.694	171,45
2022/07 / 2021/07	58.890	51.798	113,69	447.531	397.129	112,69
2022/08 / 2021/08	57.069	57.080	99,98	483.641	489.708	98,76
2022/09 / 2021/09	17.656	18.037	97,89	153.921	161.114	95,54
2022/10 / 2021/10	3.369	3.263	103,25	16.308	16.288	100,12
2022/11 / 2021/11	166	157	105,73	1.445	1.568	92,16
2022/12 / 2021/12	580	681	85,17	2.121	2.445	86,75
Ukupno:	180.479	155.162	116,32	1.362.667	1.211.564	112,47

TURISTIČKI PROMET PO DRŽAVAMA OD 01.01. DO 31.12.2022.

Država	Dolasci	Usporedba dolasci	Indeks dolasci	Noćenja	Usporedba noćenja	Indeks noćenja
Njemačka	58.889	52.688	111,77	550.879	498.781	110,45
Austrija	26.079	21.739	119,96	172.788	144.415	119,65
Hrvatska	20.624	21.218	97,20	138.942	149.875	92,71
Slovenija	14.394	13.038	110,40	102.125	97.791	104,43
Italija	11.759	6.234	188,63	82.214	48.569	169,27
Mađarska	13.832	11.098	124,64	76.767	63.527	120,84
Češka	9.199	8.100	113,57	66.936	59.083	113,29

Slovačka	6.267	4.452	140,77	44.124	33.036	133,56
Poljska	4.819	5.110	94,31	35.620	38.282	93,05
Srbija	1.209	1.106	109,31	11.407	11.499	99,20
Nizozemska	1.767	1.267	139,46	11.064	8.481	130,46
Švicarska	1.801	1.620	111,17	10.706	8.811	121,51
Belgija	1.008	973	103,60	7.554	7.589	99,54
Rumunjska	1.100	1.100	100,00	6.595	6.780	97,27
Bosna i Hercegovina	863	681	126,73	6.464	5.622	114,98
Francuska	1.246	881	141,43	4.874	3.789	128,64
Ukrajina	496	318	155,97	4.451	2.727	163,22
Ujedinjena Kraljevina	815	316	257,91	3.997	1.802	221,81
Ostale afričke zemlje	529	282	187,59	3.083	1.773	173,89
Danska	430	325	132,31	2.580	2.017	127,91
Makedonija	169	200	84,50	2.495	2.265	110,15
Švedska	525	257	204,28	2.468	1.290	191,32
SAD	482	338	142,60	2.185	1.727	126,52
Australija	204	215	94,88	1.197	1.381	86,68
Rusija	156	354	44,07	1.145	2.520	45,44
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	177	64	276,56	1.141	435	262,30
Norveška	144	50	288,00	930	516	180,23
Litva	153	115	133,04	737	684	107,75
Španjolska	176	120	146,67	730	487	149,90
Kanada	145	46	315,22	572	477	119,92
Ostale europske zemlje	88	42	209,52	481	264	182,20
Irska	91	22	413,64	462	92	502,17
Turska	57	42	135,71	399	243	164,20
Ostale azijske zemlje	62	96	64,58	353	556	63,49
Luksemburg	26	53	49,06	298	426	69,95
Portugal	53	40	132,50	285	183	155,74
Finska	60	27	222,22	263	148	177,70
Kazahstan	28	31	90,32	215	187	114,97
Bjelorusija	31	31	100,00	207	214	96,73
Bugarska	41	34	120,59	202	199	101,51
Estonija	45	37	121,62	202	143	141,26
Kosovo	25	34	73,53	196	241	81,33
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	26	6	433,33	187	36	519,44
Južnoafrička Republika	19	11	172,73	186	219	84,93
Letonija	46	52	88,46	183	233	78,54
Crna Gora	20	41	48,78	172	761	22,60
Kina	34	41	82,93	160	220	72,73
Tajland	21	27	77,78	150	130	115,38
Brazil	29	24	120,83	148	188	78,72
Albanija	19	24	79,17	144	158	91,14
Lihtenštajn	14	7	200,00	124	15	826,67
Novi Zeland	17	9	188,89	108	38	284,21
Indija	14	7	200,00	100	46	217,39
Grčka	16	11	145,45	81	51	158,82
Ujedinjeni Arapski Emirati	9	4	225,00	73	60	121,67
Ostale zemlje Oceanije	11	12	91,67	66	48	137,50
Koreja, Republika	16	6	266,67	65	9	722,22
Japan	14	17	82,35	64	58	110,34
Argentina	26	9	288,89	61	45	135,56
Meksiko	10	12	83,33	58	78	74,36
Čile	10	7	142,86	51	43	118,60
Island	5	5	100,00	43	13	330,77

Izrael	18	14	128,57	41	45	91,11
Tajvan, Kina	6	0	0,00	18	0	0,00
Malta	6	0	0,00	16	0	0,00
Maroko	3	2	150,00	16	4	400,00
Cipar	1	0	0,00	6	0	0,00
Hong Kong, Kina	1	1	100,00	4	1	400,00
Indonezija	1	15	6,67	4	34	11,76
Katar	1	0	0,00	2	0	0,00
Tunis	1	2	50,00	2	11	18,18
Makao, Kina	1	1	100,00	1	89	1,12
Jordan	0	0	0,00	0	0	0,00
Kuvajt	0	0	0,00	0	0	0,00
Oman	0	1	0,00	0	4	0,00
Strani turisti:	159.855	133.944	119,34	1.223.725	1.061.689	115,26
Domaći turisti:	20.624	21.218	97,20	138.942	149.875	92,71
UKUPNO:	180.479	155.162	116,32	1.362.667	1.211.564	112,47

TURISTIČKA ČLANARINA – Raspodjela prihoda po korisnicima 01.01. - 31.12.2022.

KORISNIK	IZNOS
Prolazni račun	1 254 711,97
TZ općine/grada (55,9%)	701 383,99
TZ Županije (12,9%)	161 857,84
HTZ (17,2%)	215 810,46
Porezna uprava /troškovi vođenja računa/ (3%)	37 641,36
HTZ potpore nerazvijenima (9%)	112 924,08
Udružene turističke zajednice (2%)	25 094,24

TURISTIČKA PRISTOJBA – raspodjela po korisnicima 01.01. - 31.12.2022.

KORISNIK	IZNOS
Prolazni račun	8.349.167,89
Crveni križ (1%)	83.491,68
Pristojba za udružene TZ (2,00%)	166.983,36
Programi i projekti na turistički nerazvijenim područjima (3,50%)	292.220,88
HTZ (18,70%)	1.561.294,39
TZ Županije (14,03%)	1.171.388,25
TZG Rab (42,54%)	3.551.736,02
Grad Rab (18,23%)	1.522.053,31

ZADUŽENJA I UPLATE TURISTIČKE PRISTOJBE U 2022. GODINI – KUMULATIVA

VRSTA OBJEKTA	ZADUŽENJE 2022.	UPLATA ZA 2022.	PREPLAT A IZ RAZ. RANIJE	DUG ZA 2022	DOSPJELE DUG 2022.	NEDOSPJELE DUG 2022.	PREPLATA IZ 2022	OSTAT. PREPL. IZ RAZ. PRIJE
HOTELI I NASELJA	1.502.993,50	1.496.991,00	0,00	6.002,50	14,00	5.988,50	1.393,00	772,65
KAMPOVI	1.084.624,50	1.084.624,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRENOČIŠTE	7.560,00	7.560,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OBRTNICI I MANJE TVRTKE	509.816,00	508.253,00	0,00	1.563,00	280,00	1.283,00	2.243,22	1.427,40
IZNAJMLJIVAČI PO PAUŠALU	5.174.090,00	4.900.720,83	4.385,91	268.983,26	268.983,26	0,00	5.588,22	4.446,57

VIKENDAŠI	211.954,00	202.119,72	0,00	9.834,28	9.834,28	0,00	288,59	10.145,59
KAMATE PO OVRSI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	103,88
UKUPNO	8.491.038,00	8.200.269,05	4.385,91	286.383,04	279.111,54	7.271,50	9.513,03	16.896,09

DUG TURISTIČKE PRISTOJBE IZ RAZDOBLJA PRIJE 2022. GODINE

VRSTA OBJEKTA	STARI DUG	UPLATA	OSTATAK DUGA
HOTELI I NASELJA	0,00	0,00	0,00
KAMPOVI	0,00	0,00	0,00
PRENOČIŠTE	0,00	0,00	0,00
OBRTNICI I MANJE TVRTKE	103.907,75	66.139,00	37.768,75
IZNAJMLJIVAČI PO PAUŠALU	374.487,80	65.374,98	309.112,82
VIKENDAŠI	13.892,45	6.768,49	7.123,96
KAMATE PO OVRSI	5.865,45	1.103,34	4.762,11
UKUPNO	498.153,45	139.385,81	358.767,64

RAB – KARTICA ZA KVALITETU U TURIZMU: Izdano 349 kartica

2. IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA I FINACIJSKOG PLANA TZG RABA ZA 2022. GODINU ZA RAZDOBLJE 1.1. – 31.12.2022.

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 poslovanje turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice
- ostvarenju prihoda po izvorima
- financijskom rezultatu poslovanja
- usporedbi financijskog 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 **6.151.507,39 kn**

1. IZVORNI PRIHODI **4.580.177,90 kn**

Turistička zajednica planirala je izvorne prihode za 2022. u iznosu od 3.919.521,44 kn od čega je dio od 3.295.521,44 kn planiran od turističke pristojbe dok je dio od 624.000,00 kn planiran od članarine.

S obzirom da je turistička sezona 2022. godine ipak bila uspješnija od očekivanog (planirano je cca 80% od 2019., dok je ostvareno cca 95% od 2019. godine, gledajući postotak ostvarenja noćenja), tako su i izvorni prihodi porasli. Ipak, gotovo 30% manje od planiranog je ostvareno turističke pristojbe od pristojbe koje je prihod iz prošlih godina. Uzrok tome je djelomično i činjenica što turistički inspektori nisu smjeli izdavati rješenja i naplaćivati kazne za neplaćenu turističku pristojbu iz pandemijskih godina do listopada 2022. godine. Zsigurno je dio iznajmljivača koristio i tu situaciju te su izbjegavali plaćati istu, međutim prisilna naplata je krenula te se veći priljev očekuje u 2023.

Realizacija izvornih prihoda:

Turistička pristojba – 3.872.863,76 kn

Članarina – 707.314,14 kn

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

Nije bilo raspisanih natječaja na koje bi turistička zajednica mogla aplicirati.

3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

310.402,24 kn

Strukturu ovih prihoda čine prihodi kao što su sufinanciranje manifestacija, PR-a i novinara, sajmovi i prezentacija, udruženog oglašavanja s TZO Lopar, sufinanciranje tiskanog materijala i e Nautike. Sufinanciranje HTZ-a za Rabsku fjeru je izvršeno u manjem obimu nego što je to bilo u pred pandemijskim godinama te na način da su se financirale isključivo marketinške aktivnosti u visini od 40.000,00 kuna. Nadalje, sufinancirane su manifestacije Rab Island Hero i Rabacuda sa po 30.000,00 kuna od strane TZ Kvarner. Također je TZ Kvarner sufinancirao Rabsku fjeru s 30.000,00 kuna. Novinari su sufinancirani sa 10.000,00 kuna od strane HTZ -a. S obzirom da su u 2022. godini izostali sajmovi, ta su sufinanciranja izostala. Sufinanciranje s TZO Lopar udruženog oglašavanja je izvršeno prema planiranom. Uz sufinanciranje tiskanih materijala od strane TZO Lopar (Imidž katalog, Rab experience i slično), Pučko otvoreno učilište Rab je sudjelovalo u zakupu oglasnog mjesta (bilboarda) na lokaciji Jezerane, smjer prema Rabu, a na kojem su oglašavali Rab film festival. Projekt e Nautika je ugašen od strane Ministarstva koji su ga pokrenuli.

Realizacija:

HTZ – 50.000,00 kn

TZ Kvarner – 170.000,00 kn

TZO Lopar – 75.000,00 kn

4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

243.300,00 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 na 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 su nakon kontrole izvršenog posla od strane LAGUR – a Tramuntana sredstva i isplaćena.

Realizacija:

TZG Rab – 243.300,00 kn

5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI**26.675,58 kn**

Prihodi od gospodarske djelatnosti ostvareni su kroz sponzorski ugovor s Real grupom u iznosu od 20.000 kuna, PR agencijom PBZ-a koji su na taj način podržali Rabsku fjeru. Također su ostvareni prihodi od najma prostora za bankomat Erste banke u iznosu od 6.675,58 kuna.

Realizacija:

TZG Rab – 26.675,00 kn

6. PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE**989.634,57 kn**

Preneseni višak prihoda je u visini iskazanog podatka iz 1. Rebalansa TZG Rab za 2022. godinu.

Realizacija:

TZG Rab – 989.634,57 kn

7. OSTALI PRIHODI**1.317,10 kn**

Pod ovim se prihodima nalazi iznos kamata i sufinanciranje projekata.

Realizacija:

Kamate, sufinanciranja – 1.317,10 kn

AKTIVNOSTI**4.481.779,19 kn****1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE****12.500,00 kn****1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata**

U 2022. godini nije realizirana izrada ovakvih dokumenata jer nije bilo ni planirano.

1.2. Istraživanje i razvoj tržišta**12.500,00 kn****1.2.1. Mystery guest**

U 2022. godini nije realizirano jer se nije predvidjelo Programom rada i financijskim planom za 2022. godinu.

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 mjeranju 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:

Nastavak istraživanja i analize mišljenja partnera o turizmu u Grada Raba, sa novim dionicima koji se uključuju u projekt, provodi se online anketom koja se ispunjava za svakog novog dionika, jednodnevni audit prema uputi TZ Grada Raba.

Izvršeni su početni audit, prema naputku TZ Grada Raba:

- Apartmani Jurić
- Villa Papalina 3
- Apartments Sole Rab
- House Travaš
- Pansion RABPUR
- Lavanda Mare

- Ana apartmani
- Integralni hotel Ville Arbia
- Apartmani Perić
- Kavana Conte Nero
- Restaurant & Caffè Velum
- U.O. Paradiso
- Caffè bar Felix
- Ugostiteljski objekt „Leut“
- Infocentar Geopark Rab
- Rapska katedrala
- Vilma slastice d.o.o.
- OPG RABPUR
- Natura Rab
- RABike
- EHOturizam RAB
- Obrt Plima
- Putnička agencija Valsika d.o.o.
- Suvenirnica Nonna
- Obrt Tatiana
- OPG Lavanda Mare

U nastavku je popis dionika koji su do sada formalno ispunili pristupnice i ušli u IQM Destination RAB:

1. Apartmani Jurić
2. Villa Papalina 3
3. Apartments Sole Rab
4. House Travaš
5. Apartmani Željka
6. Pansion RAB PUR
7. Lavanda Mare
8. U.O. Leut smještaj
9. Ana apartmani
10. Integralni hotel Ville Arbia
11. Apartmani Perić
12. Caffè bar Felix
13. Natura Rab
14. RABike
15. EHOturizam RAB
16. Suvenirnica Nonna
17. Obrt Tatiana
18. OPG Lavanda Mare

Utvrđeno je kako mnogi izvrsni dionici u destinaciji nisu formalno ispunili pristupnicu, jer prema dosadašnjem iskustvu tvrtke Feel IQM očekuju da će ih TZ direktno uključiti. Iz tog razloga su mjereni svi koje ste je TZ predložio, analizirana je kvaliteta i napravljen je za svakoga pojedinačni godišnji izvještaj. Kako postoji zaista velik broj izvrsnih dionika u destinaciji sa nivoom kvalitete iznad 80/100, pozvani su u klub izvrsnosti. Poslani su im izvještaji o online reputaciji i dani im savjeti za unaprjeđenje poslovanja. Na osnovi navedenih mjerljivih rezultata, planira se dodjela certifikata kvalitete u turizmu, jer imamo mjerljive rezultate kao podlogu i razloge za nagrađivanje.

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: 12.500,00 kn

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

U 2022. godini nije realizirano, jer se 1. Rebalansom ova sredstva raspodijelila na druge aktivnosti.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

1.586.902,67 kn

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda 33.222,24

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, 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 Ščerbe, Rab Bit j.d.o.o., Obrt DM
Realizacija: 20.722,24 kn

2.1.2. Osmišljavanje novih turističkih proizvoda za grupe i individualce

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Nastavljena je suradnja sa tvrtkom Feel IQM, koja je svake srijede putem online platforme Zoom provodila 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.

Direktorica TZG Raba je sudjelovala kao panelist na sedmoj edukaciji po redu, a koja je bila vezana za događanja inspirirana kulturom i tradicijom gdje je prezentirana Rabska fjera kao primjer dobre prakse.

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:

1. Zdravstveni turizam, izazovi i prilike
<https://www.youtube.com/watch?v=8e-4rtpiys&t=163s>
2. Aromaterapija i zdravlje
<https://www.youtube.com/watch?v=sbpWx-nyqys&t=57s>
3. Mali hoteli i trendovi u hotelijerstvu
<https://www.youtube.com/watch?v=HxI8ebMicEY&t=292s>
4. Eko smještaj kao atrakcija za goste i način života vlasnika
<https://www.youtube.com/watch?v=ZzU5LLIjarM&t=165s>
5. Google maps - kako iskoristiti sve mogućnosti za promociju?
<https://www.youtube.com/watch?v=xqu0UVMvL4o&t=2260s>
6. Camino kroz Hrvatsku
<https://www.youtube.com/watch?v=ywy-MYMxeDQ&t=110s>
7. Događanja inspirirana kulturom i tradicijom
<https://www.youtube.com/watch?v=VbRsZAGgKZE&t=35s>
8. Poslovni put iznajmljivača godine 2021

- <https://www.youtube.com/watch?v=t5aE38DbXW8&t=93s>
9. Dizajnom i fotografijom do uspješnije prodaje
<https://www.youtube.com/watch?v=vzMDn0ZmiY0&t=120s>
 10. Gorski kotar, eko turizam i trendovi u smještaju
https://www.youtube.com/watch?v=sLE3wMBa5_A&t=68s
 11. Med kao vrhunski turistički proizvod
<https://www.youtube.com/watch?v=CQJBAmms9Tw&t=247s>
 12. Udruge kao aktivni dionici u turizmu
<https://www.youtube.com/watch?v=rRtlxUirue8&t=68s>
 13. Kadrovi u turizmu – imamo li rješenja?
<https://www.youtube.com/watch?v=oRxCvThwxos&t=35s>
 14. Đuro Tomljenović gost na panelu Srijedom u 17
https://www.youtube.com/watch?v=KOe1Dc4ow_Y&t=58s
 15. Italija – aktualna situacija i trendovi na turističkom tržištu
https://www.youtube.com/watch?v=NW_9DdlHm0c&t=85s
 16. Pripreme za dolazak gostiju iz Austrije
<https://www.youtube.com/watch?v=zy4NFLvLP28&t=27s>
 17. Aktualna situacija na turističkom tržištu, prilike za privlačenje gostiju iz Slovenije
<https://www.youtube.com/watch?v=QKyCPxbc4rw&t=1s>
 18. Kako u turizmu poslovati per friendly?
<https://www.youtube.com/watch?v=J-IM1fppcVQ&t=35s>
 19. Brendiranje destinacije, izazovi i primjeri dobre prakse
https://www.youtube.com/watch?v=PpH-H_qF_Ww&t=98s
 20. Kvaliteta biciklističke ponude u destinaciji
<https://www.youtube.com/watch?v=FJYvWuk1XeY&t=61s>
 21. Digitalni marketing kao alat za učinkovitu prodaju
<https://www.youtube.com/watch?v=vLmX49o9o8M&t=29s>
 22. Eco camping
<https://www.youtube.com/watch?v=oxllyyXfJHw&t=62s>
 23. Selimir Ognjenović – Osvrt na trenutnu situaciju u turizmu, trendovi, prilike za Hrvatsku
<https://www.youtube.com/watch?v=VjWNCy1q-Bg&t=73s>
 24. Apliciranje na natječaje i prednosti suradnje s IQM Destination
<https://www.youtube.com/watch?v=ZqoXAZTD6Eg>
 25. Kako se prijaviti na Javni poziv za poticanje obnovljivih izvora energije u obiteljskim kućama?
<https://www.youtube.com/watch?v=t8HjA6QKPDs>
 26. Gospodarenje komunalnim otpadom – primjer Cresa i Lošinja
<https://www.youtube.com/watch?v=05q7riL24Zg>

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: 12.500,00 kn

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

12.500,00 kn

2.2.1. Oznake kvalitete u suradnji s TZ Kvarner

U 2022. godini 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

U 2022. godini nije realizirano, jer su se 1. Rebalansom ova sredstva raspodijelila na druge aktivnosti.

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

Svi oni koji su se odlučili ući u projekt IQM destination, dobili su slijedeće knjige standarda:

- IQM Destination Priručnik za djelatnike - Zlatna pravila
<https://drive.google.com/file/d/1mPdpGekOSI2ST3w3bINbmpcLYDQX1kxb/view>
- Slanje marketing preporuka
<https://drive.google.com/file/d/1EOHug7Mv4vERQnoSXvXw5qActjSF7zYf/view>
- Slanje preporuke za održivo i odgovorno poslovanje
https://drive.google.com/file/d/13kjFufT5xcfG9FhsavQfF0BnhuFqoAJ_/view

Unutar ovog projekta, potpisani su ugovori s Obrtom Tatiana, tvrtkom Mali Palit d.o.o. i Lobo home trgovinom, kojom TZ izrađuje posebne kartice za kvalitetu, kojima se ostvaruju popusti za iznajmljivače kod navedenih partnera. U 2022. godini izrađeno je 345 kartica za kvalitetu.

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: 12.500,00 kn

2.3. Podrška razvoju turističkih događaja

1.228.332,25 kn

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

2.3.1.1. Rabska fjera

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Prvi srednjovjekovni, ljetni festival koji traje tri dana, u 2022. je opet zaživio u punom sjaju. Naime, s obzirom da je epidemiološka situacija bila povoljna, nije bilo ograničenja da se Fjera održi kao i u predpandemijskim godinama. Rabska se fjera organizira i održava u suradnji TZG Rab, Grada Raba i POU Rab.

Ostvareni cilj aktivnosti: Naveden se iznos utrošio za pripremu i izvedbu press konferencije u prostoru sv. Ivana, oglašavanje manifestacije (online i offline oglašavanje); izradu materijala potrebnih za Rabsku fjeru kao što su banneri, lepeze – ventole, akreditacije, deplijan; vatromet za 27.7.; smještaj novinara i slično. TZG Rab se kandidirala na natječaj HTZ – a za marketinšku potporu TOP događanjima za navedene aktivnosti, te je uspjela ostvariti potporu od 40.000,00 kn. Također je primljeno sufinanciranje od strane TZ Kvarner u iznosu od 30.000,00 kuna. Primljen je iznos od 20.000,00 kuna od Real grupe kao sponzorstvo PBZ-a. Ti iznosi su pomogli da se pokriju troškovi aktivnosti koji su bili van planiranog iznosa. Fjera je uspješno izvršena, iako je bilo zahtjevan posao ponovno pokrenuti kompletnu organizaciju kao pred samu pandemiju.

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

Realizacija: 376.632,93

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: Kao i Rabska fjera, tako je i Najljepši otočni advent izvršen kao u predpandemijsko razdoblje. Iznos koji je utrošen u projekt bio je usmjeren u online i offline oglašavanje. Uloženo je i u ukrase koji su pridonijeli cjelokupnom doživljaju Adventa. Organizirana su i noćna vođenja gradskom jezgrom uz stručno vodstvo lokalnih turističkih vodiča. Nadalje, uveden je i novi program unutar Najljepšeg otočnog adventa, a to je Adventski gastro show, dnevnog karaktera gdje su se natjecala dva kuhara (hrvatski i irski) kroz pripremu jela od sipe. Treba napomenuti kako je i TZG Raba uključila Najljepši otočni advent u natjecanje NajAdvent Večernjeg lista, gdje je Rab osvojio drugo mjesto po broju glasova svih onih koji su odlučili glasati online putem. Dodatno se kroz online kampanju oglašavala mogućnost glasanja. Nagradu su preuzeli predsjednik TZG Raba i ravnateljica POU Rab u Zagrebu.

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

Realizacija: 279.876,25

2.3.1.3. 4 Islands MTB

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Projekt koji uključuje 4 otoka: Rab, Krk, Cres i Lošinj. Od 2021. godine projekt je dio Ironman franšize.

Ostvareni cilj aktivnosti: Ova MTB bike utrka je od 2022. startala kao dio franšize Ironmana. U 2022. Rab je dočekao da se u samoj gradskoj jezgri završi druga etapa same utrke, što je dotad bilo nemoguće prema riječima organizatora. Iako je bilo zahtjevno na trgu svetog Kristofora i pokrajnjim prostorima osmisliti tzv. race village, Rab je pokazao da itekako može biti i startna ili ciljna etapa. U prilogu se nalazi i izvještaj o samoj medijskoj pokrivenosti i vrijednosti koju je otok Rab dobio zbog sudjelovanja u ovoj utrci, ali

svejedno ostaje žal što organizator nije sklon davanju Rabu bolje pozicije u utrci. Naredne godine ugovora bi to trebale promijeniti.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, The Ironman Group - 4 Islands d.o.o.

Realizacija: 81.697,63kn

2.3.1.4. 4 Islands RUN

Projekt nije predviđen za 2022. godinu.

2.3.1.5. Underwater Photo Marathon

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Ovaj vrlo popularni projekt, koja je odlično i medijski popraćen, ponovno je u 2022. započeo s održavanjem nakon dvogodišnje stanke. Uključuje lokalni i zagrebački ronilački klub, ali vrlo je bitno da je logistika s Raba (koriste se usluge ronilačkog centra, lokalnih brodara i hotela u centru grada). Privlači strane fotografe i ronioce te kroz fotografije koje onda odlaze u svijet, Rab postaje sve interesanija destinacija ronilačkog turizma za posjetiti.

Unutar ove aktivnosti, uključili smo još jednu, tjedan dana ranije, a radi se o Think green akciji čišćenja podmorja. U suradnji sa KPA Amfora i magazinom/tv kanalom National geographic, održana je vikend akcija čišćenja podmorja otoka kroz vikend 21. i 22. svibnja, gdje je sudjelovalo oko 25 članova KPA Amfora, od toga 12 u moru. Čistilo se priobalne uvale Kampor, luka Rab, uvala Sv.Eufemija, otočić Školjić, Barbatski kanal u cijelosti i to gornja strana i strana od Dolina, skupilo se pun kamion otpada koji je odvezen s Raba.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Događanje je trajalo od 27. do 29. svibnja 2022. Završnom ceremonijom dodjele nagrada podvodnih fotografija završilo je još jedno veliko međunarodno natjecanje 6. Mares Underwater Photo Marathon Cup u organizaciji Ronilačkog kluba "Roniti se mora" i uz potporu Turističke zajednice grada Raba s generalnim sponzorom Mares, te logističku pomoć Kron diving ronilačkog centra.

Na ovom izdanju Mares UWPM kupa, sudjelovalo je najviše do sada, 120 natjecatelja – fotografa, asistentata i modela iz 12 zemalja; Danske, Švicarske, Portugala, Hrvatske, Slovenije, Italije, Srbije, Mađarske, Barbadosa, Njemačke, Bosne i Hercegovine te Nizozemske. Ovim brojem natjecanje je postalo najveće u Europi, te jedno od najvećih i u svijetu. Također, ova je prigoda za neke fotografe bila i trening za predstojeće Europsko prvenstvo u Portugalu početkom listopada ove godine. Natjecatelji su tri svoje fotografije mogli predati u pet zadanih kategorija: Ambijent sa modelom, Ambijent bez modela, Riba, Makro i Kreativa, posebno za kompakt i DSLR fotoaparate. Uz nagrade fotografima, dodjeljivale su se i one za najbolje modele, Kup nacija gdje su svoje zemlje predstavili najbolji natjecatelji koji su imali priliku osvojiti prijelazni pehar Kupa nacija i "Blue Spirit Trophy" nagrada za izuzetan doprinos i duh fair playa. Pobjednici Mares UWPM Kupa nacija su talijani s fotografima Guglielmo Cicerchia i Francesco Visintin dok je trofej Blue Spirit pripao Jos Broere iz Nizozemske.

Četveročlani međunarodni žiri: Kerim Sabuncuoglu (Turska), Michele Davino (Italija), Danijel Frka (Hrvatska) i Grega Verč (Slovenija) odabrao je najbolje radove, a posao nije bio nimalo lak, uzevši u obzir da su većina natjecatelja već cijenjeni i iskusni podvodni fotografi, a prekrasni rapski akvatorij dao im je dodatnu inspiraciju. Ali, kao i uvijek do sada, žiri je odlično odradio svoj posao.

Samo natjecanje zbog otežanih vremenskih uvjeta održalo se u akvatoriju Rta Lun i Crvenih stijena gdje su fotografi i njihovi asistenti dovezeni izletničkim brodovima Mala Maris, Barba Frane i Barba Šime, te dva glisera Kron Diving-a. Dva urona od 90 minuta, usprkos hladnom moru temperature i do 12 stupnjeva, bila su dovoljna za pregršt predivnih fotografija podvodnog svijeta.

Nositelj: TZG Rab, RK Roniti se mora

Realizacija: 134.712,50 kn

2.3.1.6. Rab Island Hero

Detaljan i precizan opis aktivnosti: 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 TZ Kvarnera s 30.000,00 kuna.

Ostvareni cilj aktivnosti: Održana je bike manifestacija, koja je odrađena s partnerima u destinaciji (BK Mag, TZO Lopar, Valamar Riviera) 18.6.2022. Projekt je polučio slabije rezultate nego prve godine, sa cca 200 natjecatelja te 600 – injak posjetitelja otoka Raba zbog ovog eventa, što se pripisuje kasnijem terminu eventa te skupljaj cijeni smještaja.

Bezobzira na to, tih 200 domaćih i inozemnih zaljubljenika u brdski biciklizam staze Rab Island Hero MTB Maratona provele su najljepšim lokacijama, ali i onim najskrivenijim dijelovima "otoka sreće" Raba. Uz mnogobrojne bicikliste iz Hrvatske i regije, u utrci su uživali i biciklisti iz Italije, Austrije, Njemačke, pa čak i daleke Kanade. Rab je još jednom očarao svojom raznolikošću - terenom i prirodnim ljepotama kave se ne očekuje naći na jednom jadranskom otoku. Rab je jednostavno ponudio sve - tvrdu kamenu podlogu, pjeskovite dijelove, kamene vrleti bez vegetacije, krške lokve okružene livadama, duboke šume mediteranske crnogorice.

Osim samog maratona, na prostoru startno ciljne ravnine organiziran je "race village" u kojem se nalazi prostor za izlagače biciklističke industrije, destinacije koje promoviraju ciklo turizam te ostali proizvođači sportske opreme.

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: 59.068,27 kn

2.3.1.7. Uskrs na Rabu

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Aktivnost koja se priređuje za lokalno stanovništvo i turiste, kao označavanje početka sezone kroz druženje na sami Uskrs. Često ovaj event posjete i turisti koji su na Rabu samo u prolazu kroz dnevni izlet, ali se ugodno iznenade programu na sam Uskrs.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Zbog loših vremenskih uvjeta, događanje je održano dan kasnije, na Uskršnji ponedjeljak, ali bezobzira na to, bio je vrlo posjećen i vidjelo se iz priloženog da su ljudi željni druženja. Bile su ponuđene uskršnje delicije koje su besplatno dijeljene, što je bilo pozitivno prihvaćeno od strane posjetitelja. Također se uz glazbenu pratnju event dodatno „podiglo“ kada je u pitanju raspoloženje posjetitelja. Okolni ugostiteljski objekti su također na taj dan imali lijepo popunjene kapacitete.

Nositelj: TZG Rab, Imperial Riviera d.d.

Realizacija: 20.271,26 kn

2.3.1.8. Kanata

Ova se manifestacija nije održala jer su samo 2 udruge (Tunera i jedna braniteljska udruga) potvrdile svoj dolazak što nije dovoljno za održavanje ovakvog eventa.

Nositelj: TZG Rab, udruge i klubovi

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). U 2022. se godini uspio održati i dugo očekivani trekking event vezan uz projekt.

Ostvareni cilj aktivnosti:

U 2022. godini je po prvi put u sklopu projekta Rab Archaeological Traces, organiziran Arba trail (stari rimski naziv za otok Rab) na jednom od najšumovitijih područja Mediterana: poluotok Kalifront na otoku Rabu. Event je predstavljen na način da će svi posjetitelji kroz njega doživjeti i otkriti kulturna, arheološka, povijesna i prirodna blaga otoka, provest će ih kroz zaštićeni krajolik Dundo šume kroz koje se proteže „Premužićeva staza“, remek-djelo planinarskog graditeljstva i ponuditi nezaboravan vikend uz odlične uvjete smještaja u hotelima Valamar. Iako je utrka već bila održana u pred ljetnom periodu, 28.5., bilo je ugodno svim posjetiteljima jer se radi o prostoru dubokog hlada.

Datum: subota, 28.5.2022.

1. izdanje / 6. kolo Treking lige 2022

Lokacija utrke: otok Rab / poluotok Kalifront / Suha punta / Valamar Carolina Hotels

Lokacija registracija, starta, cilja, proglašenja pobjednika i obroka: Valamar Carolina Hotels (Suha punta / Kalifront)

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, CZK Lopar, POU Rab, Trekking liga, Imperial Riviera

Realizacija: 41.480,77 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:

Projekt Pogled u plavo gostovao je 2. i 3. srpnja 2022. godine u Gradu Rabu na Trgu Sv. Kristofora s ciljem promocije ronjenja, Hrvatske kao ronilačke i turističke destinacije, ljepota hrvatskog podmorja, ponuda u ronjenju i općenito ronjenja kao aktivnosti i promocije turističke ponude grada Raba.

Projekt je gostovao u Gradu Rabu dva dana u organizaciji Grada Raba, Turističke zajednice grada Raba i Agencije Plava promocija tijekom kojih je zaronilo više od 150 posjetitelja u 10 metarskom montažnom bazenu projekta.

Manifestacija je trajala dva dana, 2. srpnja 2022. godine od 10.00h do 21.00h i 3. srpnja od 10.00h do 18.00h, a tijekom dva dana veliki broj građana i posjetitelja grada Raba imali su priliku potpuno besplatno zaroniti u kontroliranim i sigurnim uvjetima bazena, pod punom ronilačkom opremom i uz stručni nadzor ronioca Državne intervencijske postrojbe civilne zaštite Republike Hrvatske.

Nakon kraće poduke o osnovnim pravilima ronjenja i ronilačkoj opremi posjetitelji su imali priliku zaronom u bazen Pogleda u plavo razgledavati ljepote podmorja kroz podvodnu izložbu fotografija poznatog hrvatskog podvodnog fotografa Marjana Radovića koja se nalazi na unutarnjim stranicama bazena i pridonosi stvarnom doživljaju dubine.

Podršku projektu pružili su ronionici DVD Trnje, HRVI Nemo-Adriatic, Combatta Diving, RK Atlantis, a za sigurnost ronionica početnika brinuli su se ronionici Državne intervencijske postrojbe civilne zaštite Republike Hrvatske.

Za ugodno ronjenja uz glazbenu podlogu pobrinulo se Hrvatsko društvo skladatelja i stručna služba ZAMP koji su se sa zadovoljstvom pridružili projektu Pogled u plavo.

Projekt se održava pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske dok su medijski pokrovitelji projekta: narodni, morski.hr, Scubalife, Gorgonija.com.

<https://morski.hr/2022/06/30/besplatna-probna-ronjenja-na-rabu/>

<https://www.otoci.eu/rab-projekt-pogled-u-plavo-i-besplatna-probna-ronjenja/>

<https://dalmatinskiportal.hr/energija-i-ekologija/pogled-u-plavo-besplatna-probna-ronjenja-na-rabu/137960>

<https://www.scubalife.hr/2022/06/besplatna-probna-ronjenja-na-rabu/>

<https://www.turizmoteka.hr/destinacije/besplatna-probna-ronjenja-na-rabu/>

<https://ezadar.net.hr/sport/4255136/tijekom-vikenda-besplatna-probna-ronjenja-na-rabu/>

<https://www.rabdanas.com/index.php/najave/item/6922-pogled-u-plavo-dolazi-na-nas-otok-besplatna-probna-ronjenja-na-rabu>

<https://www.teklic.hr/aktualno/aktualno-hrvatska/pogled-u-plavo-svi-zainteresirani-mogu-se-okusati-u-besplatnom-probnom-ronjenju-na-rabu/228567/>

<https://morski.hr/2022/07/04/rabljanizaronilisroniocimadrzavneintervencijskepostrojbecivilnezastite-rh/>

<https://gorgonija.com/2022/07/04/rabljanizaronilisroniocimadrzavneintervencijskepostrojbecivilnezastite-rh/>

<https://www.rabdanas.com/index.php/vijesti/item/6937-rabljanizaronilisroniocimadrzavneintervencijskepostrojbecivilnezastite-rh>

<https://www.scubalife.hr/2022/07/probna-ronjenja-odusevila-rabljanee-njihove-goste/>

<https://ezadar.net.hr/zabava/4256180/rabljanizaronilisroniocimadrzavneintervencijskepostrojbecivilnezastite-rh/>

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

Realizacija: 62.099,22 kuna

2.3.1.11. Posezonske aktivnosti za turiste

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Planiralo se započeti s osmišljavanjem kompleksnijeg programa za turiste u sezoni, u vidu pilot programa, kojeg bi u narednim godinama svakako trebalo razrađivati. Naime, utvrđeno je kako razdoblje

između Kanate i Najljepšeg otočnog adventa postaje sve atraktivnije za dolazak na otok Rab i u grad Rab održavale tokom vikenda (u smislu weekend break paketa).

Ovaj bi program trebao je uključivati slijedeće:

- Outdoor segment koji bi uključivao organizirane biciklijade (poželjno s BK Mag – om organizirati), planinarenja i trekking (s PD Kamenjak)
- Gastro segment koji bi uključivao tematske vikende, radionice sa poznatim hrvatskim chefovima u restoranima koji su tada još uvijek otvoreni
- Održivi segment koji bi uključivao posjetitelje u rad OPG – ova: trgatva grožđa, izrada vina, berba maslina, izrada maslinova ulja, kušanje rapskog maslinovog ulja
- Kulturni segment koji bi uključivao razglede gradske jezgre s posebnim naglaskom na posjet crkvama koje su obnovljene posljednjih godina te pristup svim sadržajima koji inače idu uz naplatu.

Ovaj načelni program je moguće i poželjno nadopuniti. Nadalje, TZG Rab je spremna podmiriti sve potrebne naknade, honorare i slično. Ono što će TZG Rab očekivati od partnera u projektu je:

- Da hoteli i iznajmljivači imaju otvorene kapacitete
- Da dovoljan broj (bar 5 restorana) bude otvoreno kroz to razdoblje
- Da vlasnici OPG – a imaju volju organizirati gore navedene aktivnosti u svom OPG - u

Ostvareni cilj aktivnosti:

S obzirom da su se objekti poput hotela i kampove zatvorili rano (s obzirom na ostale destinacije u okruženju), pokušalo se bar nekim detaljima olakšati boravak turistima u destinaciji i slično. Tako je financirano otvorenje javnog toaleta kroz listopad s obzirom na broj grupa koji je dolazio u tom mjesecu u posjet Rabu, obilježen je Svjetski dan turizma podjelom 133. Rapskih torti, održavani su razgledi gradske jezgre uz stručno vodstvo. Međutim, to nije zaživjelo kako je trebalo, jer za ozbiljniji program je potrebno imati otvorene kapacitete poput hotela i kampova.

Nositelj: TZG Rab, Udruga vodiča otoka Raba, Dundovo

Realizacija: 19.172,11 kuna

2.3.1.12. Fruga art trail

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Na tragu želje, te svih dosadašnjih aktivnosti da se Rab na tržištu predstavi kao atraktivna outdoor destinacija, ali i na tragu pozitivnih iskustava iz projekata kao što je Rab Archaeological Traces, gdje se kombinira nekoliko segmenta ponude, konkretno outdoor, priroda, povijest i kultura i gdje se na taj način dopire do puno šire publike i više interesnih skupina, u suradnji sa TZO Lopar odlučili smo se za organizaciju odnosno potporu projektu Fruga Art Trail.

U projektu Fruga Art Trail kombinira se outdoor, priroda i ekološki osvještana umjetnost.

Konkretno, 20 do 25 umjetnika iz nekoliko zemalja svijeta bi u periodu od 09.04. do 23.04. na jednom od krajobrazno najatraktivnijih dijelova otoka, na području Fruge uz atraktivnu Premužićevu planinarsko-MTB stazu radilo na stvaranju i kreiranju polutrajnih ili privremenih instalacija, a pritom koristeći prirodne materijale i materijale koji se nalaze na samoj lokaciji.

Na ovaj način bi se zanimljivim i ekološki prihvatljivim umjetničkim sadržajima dodatno oplemenila sama staza, ali isto tako skrenula pozornost na potrebu očuvanja i kvalitetnijeg upravljanja ovakvim jedinstvenim lokalitetima.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Termin: 09.04. - 23.04.2022.

Organizator: Der Kreis - Nuernberg

Partneri i potpora projektu: TZG Raba, TZO Lopar, PD Kamenjak Rab, IRC Rab-Lopar

Lokacija: Premužićeva staza Lopar-Supetarska Draga, područje Fruge

Sudionici: 20 -25 umjetnika

Međunarodni karakter: Hrvatska, Njemačka, Francuska, Španjolska, Rumunjska, Island, Engleska, Japan, Južna Koreja

Da bi sve aktivnosti, sam projekt, a na kraju i sama destinacija dobila na vidljivosti, za potrebe projekta kreirali su se profili na društvenim mrežama Facebook i Instagram, u sklopu web stranica TZG Raba i TZO Lopara postavila se podstranica sa informacijama o projektu, umjetnicima i djelima nastalima za vrijeme trajanja projekta, te se još očekuje kreiranje online i tiskano izdanje kataloga Fruga Art Trail, što je praksa kod svih događanja ovakvog umjetničkog karaktera. Također sami umjetnici su bili obvezni za vrijeme trajanja projekta objavljivati sadržaje na svojim osobnim profilima na društvenim mrežama i blogovima, pritom koristeći prethodno dogovorene oznake lokacija, dogovorene # destinacija i samog projekta, a isto tako bili su dostupni za intervju i komunikaciju sa svim zainteresiranim medijima.

Fruga Art Trail biti je zasigurno najveća međunarodna umjetnička kolonija koja se na Rabu ikada održala. Naknada udruzi Der Kreis iznosi 45.000,00 kuna (popola plaćaju TZG Rab i TZO Lopar) te je trebalo predvidjeti sredstva za izradu vizuala projekta i tiskanje kataloga, što bi se isto trebalo platiti na pola. Iako je ugovor potpisan, nismo u mogućnosti platiti potreban iznos jer udruga Der Kreis mora ishodovati VAT broj u Hrvatskoj. Obavješteni su više puta, međutim dosad bezuspješno, nisu izvršili potrebne predradnje za plaćanje. Iako nije plaćeno u prošloj godini jer gđin May nije ishodovao VAT broj, to će se izvršiti u 2023. godini sredstvima iz Rezerve.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, Der Kreis – Nuernberg, PD Kamenjak Rab, IRC Rab-Lopar

Realizacija: 6.793,88

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. Rabacuda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Rab je dobila prijedlog od strane slovenske udruge More bez plastike da suorganizira veslački nenatjecateljski maraton uz niz događanja koji bi upućivali na očuvanje okoliša i održivi razvoj.

Udruga More bez plastike se već godinama radi na očuvanju čistog mora. Njihov je prvi cilj zaustaviti i smanjiti zagađenje mora od plastike za jednokratnu upotrebu. Najviše se bave akcijama čišćenja mora, radionicama sa kojima na kojima razvijaju savjest građana o važnosti zaštite mora i podizanje svijesti o smanjenju otpada i povećanje recikliranja. Većina njihovih djelatnosti na moru se radi sa kajacima u svrhu očuvanja prirode.

Njihovo djelovanje je bilo do sada u najveći mjeri bilo usmjereno na područje NP Kornati. Uspješno surađuju s Upravom parka. U 2021. godini su prvi put uz potporu TZ Lopar organizirali akciju čišćenja sa kajacima na Golom otoku.

Sa događajem RABakuda žele ujediniti sport i ekologiju. Raznolika priroda otoka Raba je idealna lokacija da se prvi put u Hrvatskoj organizira takav događaj.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Iako se TZG Raba potrudila da pripomogne projekt koji je trebao biti jedan sasvim poseban projekt veslačkog nenatjecateljskog maratona uz niz događanja koji bi upućivali na očuvanje okoliša i održivi razvoj, on se nije ostvario u ugovorom dogovorenim obimu.

Napravljen je ankes ugovora, te je TZG Raba podmirila samo one troškove projekta za koje je nastao stvarni trošak, a krajnji rezultat koji je najavljen, nažalost je izostao.

Procjena TZ-a je da je do toga došlo zbog neiskustva organizatora.

TZ Kvarnera je poduprijela projekt s 30.000,00 kuna.

Aktivnost je izvršena s 44% planiranih sredstava zbog gore navedenih razloga.

Nositelj: TZG Rab, TZ Kvarner, udruga More bez plastike

Realizacija: 66.541,33 kuna

2.3.2.2. Triatlon

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Tijekom 2022. godine Triatlon klub Rab u partnerstvu sa Biciklističkim klubom Mag je zajednički ušao u projekt Rab Sport Fest 2022., s obzirom da su uvidjeli da zajedničkom suradnjom mogu puno više doprinijeti konačnom rezultatu – popularnosti, zdravlju i omasovljenju outdoor sporta u svim dobnim kategorijama odnosno prezentaciji sportskog turističkog proizvoda.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Manifestacije kroz godinu koje su održane i koje još imaju biti održane:

- | | |
|---|--------------|
| 1. Humanitarna biciklistička utrka Pinokio (travanj 2022) | 5 000,00 kn |
| 2. 14. Rab triatlon 4. i 5.6.2022. Zbog povećanja broja natjecatelja i uvođenjem nove discipline - Mix relay, program će trajati dva dana | 20 000,00 kn |
| 3. 3. Rapska plivačka liga - 8 utrka (svake subote od 09.07. - 27.08.2022) i škola plivanja | 3 000,00 kn |
| 4. 3. Kros duatlon liga - 4 utrke (listopad i studeni 2022.) | 3 000,00 kn |
| 5. 4. Novogodišnja i Twist off utrka - 17.12.2022. | 4 000,00 kn |
| 6. Novogodišnja biciklistička utrka (prosinac 2022.) | 5 000,00 kn |

Potpisan je tripartitni ugovor s Triatlon klubom Rab i BK Mag o suradnji kroz 2022. godinu.

Ovoj aktivnosti se dodaje još 10.000,00 kuna za jedriličarske i veslačke regate koje će se održati kroz godinu. Očekuju se još do kraja godine detaljniji izvještaji o održanom, a koji će ući u Izvršenje Programa rada i financijskog plana za 2022. godinu. Projekt je izvršen u cijelosti.

Nositelj: TZG Rab, Triatlon klub Rab

Realizacija: 50.000,00 kuna

2.3.2.3. 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:

Otok Rab i Općina Lopar prvog su dana listopada bili domaćinima 16. izdanja utrke Rab Island Trail kojom završava se 10. kolo hrvatske Treking lige, a na kojoj je startalo 412 natjecateljica i natjecatelja iz sedam država. Od 412 natjecatelja koliko je startalo, njih 396 uspješno je završilo utrku čiju su i start i cilj bili na prekrasnoj Rajskoj plaži. Poslije utrke, proglašenje pobjednika odvijalo se na sunčanoj terasi San Marino Sunny Resorta by Valamar.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, Outdoor.hr

Realizacija: 5.000,00 kn

2.3.2.4. 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: Iznosom sufinanciranja organizator je pokrio troškove organizacije natjecanja i potrošnog materijala potrebnog za natjecanje.

Nositelj: TZG Rab, ŠRK Dolin

Realizacija: 5.000,00 kn

2.3.2.5. 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 Ovim iznosom organizator planira pokriti trošak organizacije natjecanja.

Nositelj: TZG Rab, ŠRK Dolin

Realizacija: 3.000,00 kn

2.3.2.6. Big game natjecanje

Manifestacija se prošle godine nije održala te su sredstva preraspodijeljena na druge aktivnosti Rebalansom.

Nositelj: TZG Rab, Big game klub Rab

Realizacija: 0,00 kn

2.3.2.7. Križi

Iako je ponuđeno župniku da TZG Rab omogući prijevoz ili podjelu hrane, župnik se zahvalio na toj ponudi te je dao povratnu informaciju da nije potrebno.

2.3.2.8. 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:

U 2022. kroz ovu se aktivnost poduprijelo koncert harfe nakon međunarodne škole harfe koja je organizirana na Rabu uz pomoć Pučkog otvorenog učilišta (udruga Hathor), lokalne fešte poput one u Mundanijama i Supetarskoj drazi na način da se kupe namirnice potrebne za ponudu hrane i pića na feštama.

Nositelj: TZG Rab

Realizacija: 16.986,10 kn

2.4. Turistička infrastruktura

142.848,18 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 se sastoji od 13 tabli s informacijama o ribarstvu, pomorstvu i brodograditeljstvu tog dijela Raba, postavljenih duž šetnice Banjol – Barbat, dok virtualni sadržava 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 6.12.2022. uspješno otvoren za javnost. S obzirom da je projekt završen, u 2022. godini je plaćeno 662.911,25 kuna koje su knjižene na osnovna sredstva, a uključuju troškove konstrukcija, materijala za projekt te aplikacije. Materijalni troškovi projekta su jedino oni vezani za dodatnu promociju, press konferenciju, otvorenje, potrošni materijal i slično.

Nositelj: TZG Rab, LAGUR Tramuntana, Nomacom, Humaniora d.o.o.

Realizacija: 141.555,94 kn

2.4.2. Ostali projekti financirani iz EU fondova

Utrošen je minimalni iznos po ovoj aktivnosti za administrativne troškove za buduće projekte EU.

Nositelj: TZG Rab

Realizacija: 1.292,24 kn

2.5. Podrška turističkoj industriji

170.000,00 kn

2.5.1. Rapske viteške igre

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Rab podupire Udrugu rapskih samostreljara već dugi niz godina, od njihova osnivanja. S obzirom da su se aktivnosti vratile na predpandemijske, tako se iznos podrška vratio na prijašnji.

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 samostreljara

Realizacija: 20.000,00 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 mjesec 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:

Klape se i dalje podupire sa iznosom koji je naveden, 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:

FD Rapski tanac je u 2022. bio poseban gost na putovanju u Koenigsbrunn, povodom 25. obljetnice potpisivanja povelje o prijateljstvu s tim gradom, a čime je pokazao koliko je bitno da se podupire lokalno folklorno društvo.

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 je nastavila sa svojim radom nakon dvije godine smanjenog obujma nastupa.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Limena glazba se uvijek odazove na poziv TZ – a kada je to potrebno, te je iz tog razloga bitna i podrška.

Nositelj: TZG Rab, Limena glazba Rab
Realizacija: 20.000,00 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 post pandemije, 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 dalje.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ova je brodska linija je odlično prihvaćena među turistima i lokalnom stanovništvu. Flota brodara se širi, što povećava broj linija, a također će se u mjesecima prometovanja ubuduće povezati s projektom 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

1.987.939,77 kn

3.3. Definiranje brending sustava i brend arhitekture

11.827,80 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Prije samog plana oglašavanja, voditelj marketinga i direktorica TZG Rab osmišljavaju u kojem smjeru će ići oglašavanje za tu godinu, te će temeljem tih zaključaka tražiti od izvođača takve reklamne uratke.

Ostvareni cilj aktivnosti:

U 2022. godini su se marketinške aktivnosti usmjeravale većinom na outdoor turizam, dakle tzv. bike & hike. Shodno tome, dizajneri koje TZ angažira su pripremali takve uratke. Također se destinacija reklamirala kroz svoje glavne adute – Rabsku fjeru, Rab Archaeological Traces, Rab Film Festival te od kraja godine Juxta mare – virtualni muzej.

Nositelj: TZG Rab

Realizacija: 11.827,80 kn

3.4. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda 592.113,23 kn

3.4.1. 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. 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 radilo na njemačkom, austrijskom, talijanskom 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 destinacijom koja je odlična solucija za aktivni odmor, destinacija izvrsne gastronomije, pored sunca i mora.

Utrošena su značajnija sredstva, s time da je dodatno odlukom Turističkom vijeća dodijeljeno dodatnih 20.000,00 kuna za oglašavanje na talijanskom tržištu.

Više o detaljima samostalnog online oglašavanja u Prilogu.

Nositelj: TZG Rab, S.T.A.R. Digital, Sincro

Realizacija: 207.466,40 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 2022. godini TZG Rab je odobrila 52.000,00 kuna za Imperial Rivieru te 15.000,00 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: 66.746,54 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 Nocom koja održava naše društvene mreže pripremila je Izvještaj s društvenih mreža, te se on nalazi kao zaseban u Prilogu. U suradnji direktorice i voditelja marketinga te tvrtke Nocom, 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. Cjelokupni izvještaj sa društvenih mreža je dostupan na kraju ovog izvješća kao prilog.

Nositelj: TZG Rab, Nocom

Realizacija: 83.000,00 kn

3.2.1.4. Promotivne aktivnosti u destinaciji

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

S obzirom da često imamo upite od strane raznih institucija i poslovnih subjekata za pripremu promo materijala i suvenira za uvažene goste koji borave na području grada Raba, stvorila se potreba i za ovom aktivnošću. Ona podrazumijeva i pripremu raznih materijala potrebnih za oglašavanje unutar destinacije (plakati, video materijali i slično).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz ovu smo aktivnost pripomogli Gradu Rabu, Osnovnoj školi Ivana Rabljanina, Srednjoj školi Markantuna de Dominisa sa prigodnim poklonima za posebna izaslanstva, poklone koji su se pripremali za posebna službena izaslanstva i slično. Također smo napravili lijep doček za jubilarnu biciklističku turu I.D. Rive sa domjenkom na Varošu u izvedbi udruge Mocira.

Nositelj: TZG Rab, Mocira, Vilma slastice

Realizacija: 36.777,93 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 Sincro 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. Kroz priloge na kraju ovog izvješća, dostupne su detaljnije informacije o oglašavanju kroz offline kanale.

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

Realizacija: 168.224,95 kn

3.2.3. Suveniri i promo materijali

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Suveniri i promo materijali dobivaju se svake godine, ovisno o potrebi. Nakon dvije pandemijske godine, u 2022. je nabavka bila pojačana.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Za sve navedene niže stavke, utrošeni su navedeni 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	7.507,98
3.2.3.2.	Banneri	2.010,00
3.2.3.3.	Promo vrećice	12.729,43
3.2.3.4.	Zastave	7.650,00
3.2.3.5.	City light	0,00

Realizacija: 29.897,41 kn

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

187.109,84 kn

3.3.1. Globalni PR

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U protekloj 2022. 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.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Unatoč „klimavom“ i neizvjesnom početku 2022. godine, kako je vrijeme odmicalo, uvidjelo se da će sezona ipak biti slobodnija što se tiče epidemioloških mjera, a shodno tome i što se tiče dolaska gostiju u destinaciju. Sukladno tome se izradio media i PR plan, a izvršenje je vidljivo kroz priloge.

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

Realizacija: 47.630,59 kn

3.3.1.1. PR Njemačka

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

PR za emitivna tržišta Austriju i Njemačku odrađen je sa agencijom A.R.T. Redaktions Team.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Suradnja sa PR agenturom A.R.T. Redaktions Team iz Austrije, nastavljena je i u 2022. godini. Tržišta koja su obrađivana sa ovom agencijom su Njemačka i Austrija.

U spomenutom razdoblju odradilo se slanje 2 newslettera, uz čitav niz direktnih kontakata sa voditeljima redakcija, a sve zajedno je rezultiralo organiziranjem 4 press putovanja i posredovanjem i lobiranjem kod organizacije petog press putovanja.

Odlučeno je za manji broj press putovanja, ali za medije iz najrenomiranijeg ranga, kao što su Frankfurter Allgemeine, Bild, Suddeutsche Zeitung ili ARTE tv kuća.

Pozitivan rezultat i odličan odaziv gotovo svih kontaktiranih redakcija rezultirao je do sada objavama u ukupnoj vrijednosti od gotovo 120.000,00 Eura, uz napomenu da je određeni broj objava planiran tek u ovoj 2023. godini.

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

Realizacija: 25.802,76 kn

3.3.1.2. PR Slovenija

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

PR aktivnosti za Sloveniju povjerena je agenciji Sincro.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Odrađene aktivnosti su vidljive u prilogu na kraju ovog izvješća.

Nositelj: TZG Rab, Sincro

Realizacija: 21.827,83

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:

Domaći PR je u 2022. godini je većinom izvršen samostalno, bez pomoći agencija. Razlog tome je što se smatralo da je povoljnije samostalno se potruditi oko PR u godini gdje još nije bila u potpunosti sigurna situacija vezana uz pandemiju.

Nositelj: TZG Rab, Nomacom

Realizacija: 54.863,62 kn

3.3.3. Studijska putovanja

3.3.3.1. Novinari

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U 2022. 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 2022. godini se ugostio veći broj novinara, u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Kvarnera, i A.R.T. Redaktions Team

	Ime i Prezime	Tržište	Medij	Smještaj	Period	Posrednik
1.	Susanne Schaber	DE	Frankfurter Allgemeine	Valamar Padova	26.04.- 28.04.	ART.Redaktions
2.	Jane Foster	GB	The Telegraph	Valamar Padova	20.05.- 21.05.	HTZ, Kvarner
3.	Alenka Dankova	CZ	MF Dnes.cz	Valamar Camping Resort	25.05.- 26.05.	Kvarner
4.	Gabor Tenczeer	HU	Telex.hu	Valamar Imperial	06.06.- 07.06.	HTZ, Kvarner
5.	Daniel Fiantok	HU	Telex.hu	Valamar Imperial	06.06.- 07.06.	HTZ, Kvarner
6.	Myriam Thys	BE	VakantieWeb	Valamar Imperial	07.06.- 08.06.	HTZ, Kvarner
7.	Werner Gladines	BE	Dichtbij, VerWeg	Valamar Imperial	07.06.- 08.06.	HTZ, Kvarner
8.	Guillaume Garnier	FRA	Le Routard	Valamar Imperial	21.06.- 23.06.	HTZ, Kvarner
9.	Lara Pekez	DE, FRA	ARTE TV	Valamar Padova	24.06.- 25.06.	ART Redaktions

10.	-II- (Snimatelj)	DE, FRA	ARTE TV	Valamar Padova	24.06.-25.06.	ART Redaktions
11.	Sandra ten Brink	NL	Beu Monde	Valamar Imperial	06.07.-07.07.	HTZ, Kvarner
12.	Johannes de Zwan	NL	Beu Monde	Valamar Imperial	06.07.-07.07.	HTZ, Kvarner
13.	Monika Kaussen	DE	Bild, Bild der Frau	Valamar Padova	16.07.-24.07.	ART Redaktions
14.	Marc Hoch	DE	Suddeutsche Zeitung	Valamar Padova	16.07.-20.07.	HTZ, ART Redaktions
15.	Andreas Drouve	DE	DPA Deutsche Presse Agentur	Valamar Padova	18.09.-21.09.	ART Redaktions
16.	Charly de Kinderen	BE	Motoren & Toerisme	Valamar Imperial	19.09.-20.09.	HTZ, Kvarner
17.	Guillaume Labourer	FRA	Petit Fute	Valamar Padova	24.09.-25.09.	/
18.	Kate Bowman	AUS	Travel Guides Australia TV Show	Pio	Studenj 2023	TZG Rab
19.	Član Tv ekipe	AUS	-II-	Pio	Studenj 2023	TZG Rab
20.	Član Tv ekipe	AUS	-II-	Pio	Studenj 2023	TZG Rab
21.	Član Tv ekipe	AUS	-II-	PIO	Studenj 2023	TZG Rab

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar
Realizacija: 79.578,68 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 Programom rada je i izvršen, uglavnom se radilo o rashodima za smještaj te proizvode s Raba koji su se nabavljali za podjelu.

Nositelj: TZG Rab
Realizacija: 5.036,95 kn

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

218.956,91 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:
Dostupno na kraju ovog izvješća kao prilog.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, TZ Kvarner
Realizacija: 80.000,00

3.4.2. Avio oglašavanje s TZ Kvarner

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Prema potpisanom ugovoru s TZ Kvarnerom, u 2022. godini se nastavilo s avio oglašavanjem.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Hrvatska turistička zajednica je 15.12.2021. godine objavila Poziv za iskazivanje interesa za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima za 2022. godinu. Prijave partnera vrše se preko Predstavništva HTZ-a u inozemstvu, koji prijave zaprimaju, evaluiraju ih i daju mišljenje i preporuke za suradnju. U međuvremenu, sustav turističkih zajednica prema interesima turističkog gospodarstva razgovara s avio prijevoznicima, kako bi se definirali adekvatni iznosi za oglašavanje pojedinih destinacija, te svoju spremnost oko iznosa udruživanja dostavlja HTZ-u. Konačnu odluku o odobravanju sredstava donosi Turističko vijeće HTZ-a.

Tako je HTZ sredinom veljače 2022. godine, nakon objavljenog poziva, zaprimljenih kandidatura strateških partnera, te mišljenja Predstavništva HTZ-a u inozemstvu, dostavio prema TZ Kvarnera pregled pristiglih kandidatura, sa zamolbom za očitovanjem.

TZ Kvarnera je temeljem svih prethodnih zaključaka održanih s predstavnicima gospodarskih subjekata i TZ-ima napravila prijedlog sufinanciranja marketinških kampanja. Taj prijedlog je raspravljan s direktorima turističkih zajednica, predstavnicima gospodarskih subjekata i članovima Turističkog vijeća TZ Kvarnera, te je isti prijedlog dostavljen i HTZ-u, kako bi se potpisali ugovori sa strateškim partnerima.

Cijeli proces pripreme za oglašavanje linija koje bi se uvele na ZL Rijeka u 2022. godini započele su tijekom ljeta 2021. godine. Održan je niz sastanaka s predstavnicima gospodarskih subjekata i sustavom TZ-a, sa Zračnom lukom Rijeka, te su odabrani gradovi i tržišta s kojih postoji interes da se uvedu letovi, kako bi se sredstva uložila u promociju na tim destinacijama. Također, odrađeni su i preliminirani razgovori s avio kompanijama, koji su upućeni na Poziv HTZ-a, te je unaprijed dogovoren okvirni iznos oglašavanja s kojim bi se određena avio linija promovirala.

Paralelno s time, odrađeni su i razgovori i dogovori sa sustavom turističkih zajednica, koje su zatražile da za 2022. godinu ključ udruživanja sredstava bude:

- 50% = udjel u noćenjima
- 50% = udjel dolaska avio gostiju na područje pojedine subregije (*rezultati temeljem avio ankete koju provodi TZ Kvarnera*)

Takav ključ udruživanja je i napravljen, te prihvaćen od sustava turističkih zajednica, koje udružuju sredstva s gospodarskim subjektima.

U 2022. godini Imperial Riviera je sufinancirala ovaj projekt sa 5.000,00 kuna.

Cjelokupni izvještaj je u prilogu ovog dokumenta.

Nositelj: TZG Rab, TZ Kvarner, Imperial Riviera d.d.

Realizacija: 138.956,91 kn

3.4.3. Udruženo oglašavanje „Kvarnerski otoci“

Planirani iznos je Rebalansom raspoređen na druge aktivnosti.

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 prezahtjevna, 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

3.5.1.3. Stuttgart, Njemačka
Nije održan iz epidemioloških razloga.

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

3.5.2. Posebne prezentacije

Rebalansom su sredstva preraspodijeljena na druge aktivnosti.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja 19.062,81 kn

3.6.1. Studijska putovanja novinara u suradnji s TZ Kvarner i HTZ
Detaljan i precizan opis aktivnosti:
Planirano je ugošćavanje novinara u koordinaciji sa HTZ – om i TZ Kvarnerom.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ugošćeni su novinari koji su posjetili našu destinaciju. 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.
Objedinjeni popis novinara je naveden u tablici prije.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar
Realizacija: 18.465,58 kn

3.6.2. Studijska putovanja agenata u suradnji s TZ Kvarner i HTZ
Detaljan i precizan opis aktivnosti:
Poduprlo se putovanja agenata čiji su dolasci sufinancirani od strane TZ Kvarnera i HTZ – a.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Iznos koji je predviđen u 2022. godini 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: 597,23 kn

3.7. Kreiranje promotivnog materijala 114.619,04 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	12.528,75
10-mutacija, korištenje za sajamske aktivnosti, novinare i studijske grupe.	
3.7.2. Rab experience	63.636,16

Brošura na 5 jezika, za informacije u destinaciji	
3.7.3. Info karta grada Raba	37.029,13
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	0,00
Specijalizirana karta na 4 jezika, koja se izdaje u suradnji s HGSS – om.	
3.7.6. Letci i separati	1.425,00
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: 114.619,04 kn

3.8. Internetske stranice 62.288,94 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 Juxta Mare virtualni muzej. Također uključuje plaćanje domene rab-visit.com.

Ostvareni cilj aktivnosti:

3.8.1. Upravljanje sadržajem na internetskim stranicama	20.440,50
3.8.2. Razvoj i održavanje internetskih stranica	41.848,44

Nositelj: TZG Rab, Arbona
Realizacija aktivnosti: 62.288,94

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka 36.061,26 kn

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Ostvareni cilj aktivnosti:

3.9.1. Uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	178,13
3.9.2. Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	21.958,13
3.9.3. Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i HTZ	13.925,00

Nositelj: TZG Rab
Realizacija aktivnosti: 36.061,26

3.10. Turističko – informativne aktivnosti 745.899,94 kn

3.10.1. Upravljanje TIC – evima	631.194,31
---------------------------------	------------

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.

3.10.1.1. Plaće zaposlenih u TIC – evima	499.071,65
--	------------

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 132.122,66

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.

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 114.705,63

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

Izvršena je nabava signalizacije za cijelokupno područje Raba te se u prošloj godini u prosincu raspisao natječaj za bike signalizaciju koja je usuglašena za cijeli Kvarner, a kojom smo mogli dobiti sufinanciranje u iznosu od 25.000,00 kuna. Iz tog se razloga premašilo ovu stavku u izvršenju za čak 91%, isključivo iz razloga jer je to bila dobra prilika da se sufinanciranje dobije.

Nositelj: TZG Rab, TZO Lopar, TZ Kvarner, Adria Bike Group

Realizacija: 95.690,63 kn

3.10.3.2. Ostala turistička signalizacija

Prelijepljeni su billboardi na potezu Jadranske magistrale u više navrata, a također i na Mišnjaku.

Nositelj: TZG Rab, Beato signal, Centar Kovačić

Realizacija: 4.750,00 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 obavještavanja turista. U protekloj se godini označila i najstarija rapska maslina, ali i praonice rublja.

Nositelj: TZG Rab, Beato signal

Realizacija: 14.265,00 kn

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT 121.930,31 kn

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor 34.226,17 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 16.130,98 kuna za slanje obavijesti i opomena dužnicima turističke pristojbe putem pošte te je plaćen pristup mobilnoj aplikaciji mVisitor za sve one koji žele na lakši način putem smartphonea prijavljivati turiste.

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 2022. većina se ipak održala onsite. Na koordinacijama se raspravljala tekuća problematika rada u posebnim uvjetima koronavirusa, ali i problematika naplate turističke pristojbe, teme vezane za oglašavanja i slično. Za ovu aktivnost je utrošeno 18.095,19 kuna.

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

62.704,14 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.

Ostvareni cilj aktivnosti:

4.2.1. Kvarnerski dan turizma, DHT

Rab se kandidirao kao Najbolja destinacija nautičkog turizma te je na nacionalnoj razini ušao u finale dok je na Kvarnerskom danu turizma bio laureat.

Nositelj: TZG Rab, HTZ, TZ Kvarner

Realizacija: 25.490,39 kn

4.2.2. Upravljanje kvalitetom s Feel IQM – om, edukacije

Mjerenje online reputacije za Grad Rab provodilo se na 206 dionika. Ukupna kvaliteta destinacije za navedeni period iznosila je 90/100. Ukupni broj prikupljenih recenzija iznosi 29178.

Ukupna kvaliteta atrakcija u destinaciji iznosi 93/100, 132 recenzije.

Ukupla kvaliteta plaža u destinaciji iznosi 91/100 na temelju 958 recenzija. Ukupna kvaliteta caffe barova u destinaciji iznosi 94/100, 739 recenzija. Ukupna kvaliteta hotela u destinaciji iznosi 89/100 na temelju 11.123 recenzije. Ukupna kvaliteta kampova iznosi 86/100, 2673 recenzija. Ukupna kvaliteta privatnog smještaja u destinaciji iznosi 94/100 na temelju 732 recenzija. Ukupna kvaliteta ugostiteljskih objekata u destinaciji iznosi 88/100 na temelju 12821 recenzija. Dodatno je mjerenje novim alatom TrustYou, kojim se obuhvatilo ugostiteljske objekte u najvećem broju, te određeni dio smještajnih objekata.

Nositelj: TZG Rab, Feel IQM

Realizacija: 12.500,00 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: 24.713,75 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 predsezone 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 TZG Rab je članica Skala organizacije.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

720.440,69 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** 398.670,55

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

6.2. **Materijalni rashodi Ureda TZG Rab** 305.754,15

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

6.3. **Stručno usavršavanje zaposlenika** 0,00

U 2022. godini nije izvršeno.

6.4. **Tijela turističke zajednice** 11.953,51

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 7.619,21

6.4.2. Skupština 4.334,30

6.5. **Troškovi poslovanja mreže predstavništva/ispostava** 4.062,48

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

7. REZERVA 51.465,75

Dio rezerve iz 2022. godine se nalazi u prenesenim prihodima, dok je dio utrošen za amortizaciju mobilnih aplikacija projekata Rab Archaeological Traces i Juxta Mare.

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Iz prethodne godine ne prenosi se manjak.

TABLICA PRIHODA I RASHODA – PLAN – 1. REBALANS I REALIZACIJA PLANA U 2022. GODINI

PROJEKTI	AKTIVNOSTI	PRIHODI	Plan za 2022. (u kn)	1. REBALANS 2022. G.	IND 5/4	OSTVARNJE ZA 01-12/2022	Udio u ukup.prih odima	IND 7/5
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.		Izvorni prihodi	3.919.521,44	4.480.794,20	114,32	4.580.177,90	74,46	102,22
	1.1.	Turistička pristojba	3.295.521,44	3.856.794,20	117,03	3.872.863,76	62,96	100,42
	1.1.1.	Turistička pristojba tekuća godina	2.915.521,44	3.476.794,20	119,25	3.492.561,66	56,78	100,45
	1.1.2.	Turistička pristojba prethodne godine	80.000,00	80.000,00	100,00	57.159,48	0,93	71,45
	1.1.3.	Turistička pristojba plovni objekti	300.000,00	300.000,00	100,00	323.142,62	5,25	107,71
	1.2.	Članarina	624.000,00	624.000,00	100,00	707.314,14	11,50	113,35
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	365.000,00	234.500,00	64,25	310.402,24	5,05	132,37
	3.1.	Sufinanciranje manifestacija	200.000,00	130.000,00	65,00	155.000,00	2,52	119,23
	3.2.	Sufinanciranje PR - a, novinara	30.000,00	10.000,00	33,33	60.635,00	0,99	606,35

	3.3.	Sufinanciranje sajмова i prezentacija	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3.4.	Sufinanciranje udruženog oglašavanja s TZO Lopar	40.000,00	40.000,00	100,00	40.000,00	0,65	100,00
	3.5.	Sufinanciranje tiskanog materijala	45.000,00	54.500,00	121,11	54.767,24	0,89	100,49
	3.6.	Refundacija e Nautika	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4.		Prihodi iz EU fondova	1.120.500,00	243.300,00	21,71	243.300,00	3,96	100,00
	4.1.	Prihodi iz natječaja LAGUR - a	1.120.500,00	243.300,00	21,71	243.300,00	3,96	100,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	66.000,00	20.000,00	30,30	26.675,58	0,43	133,38
	5.1.	Prihodi od sponzorstava	60.000,00	20.000,00	33,33	20.000,00	0,33	100,00
	5.2.	Prihodi od prodaje biciklističke karte	6.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	5.3.	Prihodi od najma	0,00	0,00	0,00	6.675,58	0,00	0,00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	30.372,70	989.634,57	3.258,30	989.634,57	16,09	100,00
7.		Ostali prihodi	60.000,00	1.165,80	1,94	1.317,10	0,02	112,98
	7.1.	Sufinanciranje projekata/manifestacija	60.000,00	837,00	1,40	873,00	0,00	0,00
	7.2.	Kamate od Leasinga auto-preplaćene	0,00	328,80	0,00	1.317,10	0,02	400,58
		UKUPNO OD 1-7	5.581.394,14	5.969.394,57	106,95	6.151.507,39	99,98	103,05

Šifra projekta	Šifra aktivnosti	AKTIVNOSTI	Plan za 2022. (u kn)	1. REBALANS - 2022	IND 5/4	OSTVARNJE ZA 01-12/2022	Udio u ukup.prihodima	IND 7/5
1	2	3	4	5	6	7	9	10
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	22.500,00	12.500,00	55,56	12.500,00	0,28	100,00
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	12.500,00	12.500,00	100,00	12.500,00	0,28	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.	12.500,00	12.500,00	100,00	12.500,00	0,28	100,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.991.000,00	2.347.857,96	117,92	1.586.902,67	35,41	67,59
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	32.500,00	32.500,00	100,00	33.222,24	0,74	102,22
	2.1.1.	Destinacijski brend menadžment	20.000,00	20.000,00	100,00	20.722,24	0,46	103,61
	2.1.2.	Osmišljavanje novih turističkih proizvoda za grupe i individualce	12.500,00	12.500,00	100,00	12.500,00	0,28	100,00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	22.500,00	12.500,00	55,56	12.500,00	0,28	100,00
	2.2.1.	Oznake kvalitete u suradnji 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	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	2.2.3.	Sustav označ. Kvalit. S Feel IQM d.o.o.	12.500,00	12.500,00	100,00	12.500,00	0,28	100,00
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.086.000,00	1.240.692,58	114,24	1.228.332,25	27,41	99,00
	2.3.1.	Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno zabavnih, sportskih i sl. manifestacija u destinaciji	850.000,00	1.096.151,25	128,96	1.081.804,82	24,14	98,69
	2.3.1.1.	Rabska fjera	200.000,00	380.000,00	190,00	376.632,93	8,40	99,11
	2.3.1.2.	Najljepši otočni advent	150.000,00	250.000,00	166,67	279.876,25	6,24	111,95

	2.3.1.3.	4 Islands MTB	100.000,00	80.000,00	80,00	81.697,63	1,82	102,12
	2.3.1.4.	4 Islands RUN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	2.3.1.5.	Underwater Photo Marathon	100.000,00	134.712,50	134,71	134.712,50	3,01	100,00
	2.3.1.6.	Rab Island Hero	55.000,00	59.068,27	107,40	59.068,27	1,32	100,00
	2.3.1.7.	Uskrs na Rabu	20.000,00	20.271,26	101,36	20.271,26	0,45	100,00
	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	50.000,00	40.000,00	80,00	41.480,77	0,93	103,70
	2.3.1.10	Pogled u plavo	55.000,00	62.099,22	112,91	62.099,22	1,39	100,00
	2.3.1.11	Posezonske aktivnosti za turiste	50.000,00	20.000,00	40,00	19.172,11	0,43	95,86
	2.3.1.12	Fruga art trail	50.000,00	50.000,00	100,00	6.793,88	0,15	13,59
	2.3.2.	Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije	236.000,00	144.541,33	61,25	146.527,43	3,27	101,37
	2.3.2.0.	RABACUDA veslački maraton	150.000,00	66.541,33	44,36	66.541,33	1,48	100,00
	2.3.2.1.	Rab sport fest (Triatlon)	50.000,00	50.000,00	100,00	50.000,00	1,12	100,00
	2.3.2.2.	Rab Trail	5.000,00	5.000,00	100,00	5.000,00	0,11	100,00
	2.3.2.3.	Udičarenje	5.000,00	5.000,00	100,00	5.000,00	0,11	100,00
	2.3.2.4.	Kup u podvodnom ribolovu	3.000,00	3.000,00	100,00	3.000,00	0,07	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	15.000,00	150,00	16.986,10	0,38	113,24
	2.4.	Turistička infrastruktura	680.000,00	892.165,38	131,20	142.848,18	3,19	16,01
	2.4.1.	Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva. Grada Raba	650.000,00	887.165,38	136,49	141.555,94	3,16	15,96
	2.4.2.	Ostali projekti financirani iz EU fondova	30.000,00	5.000,00	16,67	1.292,24	0,03	25,84
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	170.000,00	170.000,00	100,00	170.000,00	3,79	100,00
	2.5.1.	Rapske viteške igre	20.000,00	20.000,00	100,00	20.000,00	0,45	100,00
	2.5.2.	Rapske glazbene večeri	30.000,00	30.000,00	100,00	30.000,00	0,67	100,00
	2.5.3.	Nastupi klapa	20.000,00	20.000,00	100,00	20.000,00	0,45	100,00
	2.5.4.	Nastupi folklor	20.000,00	20.000,00	100,00	20.000,00	0,45	100,00
	2.5.5.	Nastupi limene glazbe	20.000,00	20.000,00	100,00	20.000,00	0,45	100,00
	2.5.6.	Rapsko likovno ljetovanje	10.000,00	10.000,00	100,00	10.000,00	0,22	100,00
	2.5.7.	Brodska linija RAB-BARBAT-RAB	50.000,00	50.000,00	100,00	50.000,00	1,12	100,00
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	2.430.000,00	2.042.667,01	84,06	1.987.939,77	44,36	97,32
	3.1.	Definiranje brendinga sustava i brend arhitekture	30.000,00	10.000,00	33,33	11.827,80	0,26	118,28
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	510.000,00	602.000,00	118,04	592.113,23	13,21	98,36
	3.2.1.	Oglašavanje kroz online kanale	345.000,00	370.000,00	107,25	393.990,87	8,79	106,48
	3.2.1.1.	Samostalno online oglašavanje	140.000,00	180.000,00	128,57	207.466,40	4,63	115,26
	3.2.1.2.	Udruženo online oglašavanje s dionicima privatnog sektora	55.000,00	75.000,00	136,36	66.746,54	1,49	89,00
	3.2.1.3.	Društvene mreže	100.000,00	80.000,00	80,00	83.000,00	1,85	103,75
	3.2.1.4.	Promotivne aktivnosti u destinaciji	50.000,00	35.000,00	70,00	36.777,93	0,82	105,08
	3.2.2.	Oglašavanje kroz offline kanale (TV oglašavanje, oglašavanje u tisku)	100.000,00	180.000,00	180,00	168.224,95	3,75	93,46

3.2.3.	Suveniri i promo materijali	65.000,00	52.000,00	80,00	29.897,41	0,67	57,50
3.2.3.1.	Suveniri	10.000,00	5.000,00	50,00	7.507,98	0,17	150,16
3.2.3.2.	Banneri	5.000,00	2.000,00	40,00	2.010,00	0,04	100,50
3.2.3.3.	Promo vrećice	10.000,00	14.000,00	140,00	12.729,43	0,28	90,92
3.2.3.4.	Zastave	10.000,00	10.000,00	100,00	7.650,00	0,17	76,50
3.2.3.5.	City light	30.000,00	21.000,00	70,00	0,00	0,00	0,00
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	240.000,00	185.000,00	77,08	187.109,84	4,17	101,14
3.3.1.	Globalni PR	80.000,00	50.000,00	62,50	47.630,59	1,06	95,26
3.3.1.1.	PR Njemačka	50.000,00	20.000,00	40,00	25.802,76	0,58	129,01
3.3.1.2.	PR Slovenija	30.000,00	30.000,00	100,00	21.827,83	0,49	72,76
3.3.2.	Domaći PR	80.000,00	50.000,00	62,50	54.863,62	1,22	109,73
3.3.3.	Studijska putovanja	80.000,00	85.000,00	106,25	84.615,63	1,89	99,55
3.3.3.1.	Novinari	60.000,00	80.000,00	133,33	79.578,68	1,78	99,47
3.3.3.2.	Agenti	20.000,00	5.000,00	25,00	5.036,95	0,11	100,74
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	325.000,00	220.000,00	67,69	218.956,91	4,89	99,53
3.4.1.	Udruženo oglašavanje s TZO Lopar	80.000,00	80.000,00	100,00	80.000,00	1,79	100,00
3.4.2.	Avio oglašavanje s TZ Kvarner	220.000,00	140.000,00	63,64	138.956,91	3,10	99,25
3.4.3.	Udruženo oglašavanje "Kvarnerski otoci"	25.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	135.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.5.1.	Sajmovi	95.000,00	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.	Muenchen, Njemačka	35.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.5.1.3.	Stuttgart, Njemačka	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.5.2.	Posebne prezentacije	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	40.000,00	20.000,00	50,00	19.062,81	0,43	95,31
3.6.1.	Studijska putovanja novinara u suradnji s TZ Kvarner i HTZ	30.000,00	20.000,00	66,67	18.465,58	0,41	92,33
3.6.2.	Studijska putovanja agenata u suradnji s TZ Kvarner i HTZ	10.000,00	0,00	0,00	597,23	0,01	0,00
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	160.000,00	189.667,01	118,54	114.619,04	2,56	60,43
3.7.1.	Imidž brošura	50.000,00	60.000,00	120,00	12.528,75	0,28	20,88
3.7.2.	Rab experience brošura	20.000,00	62.667,01	313,34	63.636,16	1,42	101,55
3.7.3.	Info karta - grad i otok Rab	20.000,00	40.000,00	200,00	37.029,13	0,83	92,57
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	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.7.6.	Leci i separati	5.000,00	2.000,00	40,00	1.425,00	0,03	71,25
3.7.7.	Brošura arheoloških nalazišta grada Raba	40.000,00	25.000,00	62,50	0,00	0,00	0,00
3.8.	Internetske stranice	200.000,00	70.000,00	35,00	62.288,94	1,39	88,98
3.8.1.	Upravljanjem sadržajem na internetskim stranicama	30.000,00	20.000,00	66,67	20.440,50	0,46	102,20
3.8.2.	Razvoj i održavanje internetskih stranica	170.000,00	50.000,00	29,41	41.848,44	0,93	83,70
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	40.000,00	45.000,00	112,50	36.061,26	0,80	80,14
3.9.1.	Uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	10.000,00	10.000,00	100,00	178,13	0,00	1,78
3.9.2.	Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	20.000,00	20.000,00	100,00	21.958,13	0,49	109,79

	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	13.925,00	0,31	92,83
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	750.000,00	701.000,00	93,47	745.899,94	16,64	106,41
	3.10.1.	Upravljanje TIC - evima	640.000,00	640.000,00	100,00	631.194,31	14,08	98,62
	3.10.1.1.	Plaće zaposlenih u TIC - evima	500.000,00	500.000,00	100,00	499.071,65	11,14	99,81
	3.10.1.2.	Materijalni rashodi TIC - eva	140.000,00	140.000,00	100,00	132.122,66	2,95	94,37
	3.10.1.3.	Rashodi za projekt e Nautika	0,00	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	110.000,00	61.000,00	55,45	114.705,63	2,56	188,04
	3.10.3.1.	Biciklistička signalizacija	70.000,00	50.000,00	71,43	95.690,63	2,14	191,38
	3.10.3.2.	Ostala turistička signalizacija	20.000,00	5.000,00	25,00	4.750,00	0,11	95,00
	3.10.3.3.	Smeđa signalizacija	20.000,00	6.000,00	30,00	14.265,00	0,32	237,75
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	135.000,00	138.500,00	102,59	121.930,31	2,72	88,04
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	30.000,00	50.000,00	166,67	34.226,17	0,76	68,45
	4.1.1.	Upravljanje sustavom eVisitor	10.000,00	15.000,00	150,00	16.130,98	0,36	107,54
	4.1.2.	Koordinacija s TZ Kvarnerom i HTZ - om	20.000,00	35.000,00	175,00	18.095,19	0,40	51,70
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	65.000,00	58.500,00	90,00	62.704,14	1,40	107,19
	4.2.1.	Kvarnerski dan turizma, DHT	20.000,00	25.000,00	125,00	25.490,39	0,57	101,96
	4.2.2.	Upravljanje kvalitetom s Feel IQM, edukacije	30.000,00	12.500,00	41,67	12.500,00	0,28	100,00
	4.2.3.	Dugogodišnji gosti	15.000,00	21.000,00	140,00	24.713,75	0,55	117,68
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	40.000,00	30.000,00	75,00	25.000,00	0,56	83,33
	4.3.1.	Akcije čišćenja podmorja	10.000,00	10.000,00	0,00	10.000,00	0,22	100,00
	4.3.2.	Uređenje mjesta/plaža	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	4.3.3.	Potpore udrugama i klubovima za održavanje pješačkih, biciklističkih i planinarskih staza	20.000,00	20.000,00	100,00	15.000,00	0,33	75,00
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	2.000,00	1.000,00	50,00	600,00	0,01	60,00
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	2.000,00	1.000,00	50,00	600,00	0,01	60,00
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	720.000,00	737.000,00	102,36	720.440,69	16,07	97,75
	6.1.	Plaće zaposlenih u Uredu TZG Rab	405.000,00	415.000,00	102,47	398.670,55	8,90	96,07
	6.2.	Materijalni rashodi Ureda TZG Rab	280.000,00	300.000,00	107,14	305.754,15	6,82	101,92
	6.3.	Stručno usavršavanje zaposlenika	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	6.4.	Tijela turističke zajednice	20.000,00	17.000,00	85,00	11.953,51	0,27	70,31
	6.4.1.	Turističko vijeće	10.000,00	12.000,00	50,00	7.619,21	0,17	152,38
	6.4.2.	Skupština	10.000,00	5.000,00	#REF!	4.334,30	0,10	86,69
	6.5.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	5.000,00	5.000,00	100,00	4.062,48	0,09	81,25
7.		REZERVA	250.000,00	100.000,00	40,00	51.465,75	1,15	51,47

8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		SVEUKUPNO 1	5.532.500,00	5.379.524,97	96,92	1.669.728,20	98,85	83,31
							0,00	
							0,00	
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
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica			0,00		0,00	0,00
		SVEUKUPNO 2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
					0,00		0,00	0,00
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	5.532.500,00	5.379.524,97	96,92	1.669.728,20	98,85	83,31

VIŠAK/MANJAK PRIHODA 30.894,14 589.869,60 1.669.728,20

VIŠAK PRIHODA PRENIJET IZ
2020. G.

VIŠAK/MANJAK PRIHODA
RAZDOBLJA 30.894,14 589.869,60 1.669.728,20

4. ZAKLJUČAK

Prema usvojenom 1. Rebalansu, ukupno planirani prihodi za 2022. godinu iznosili su 5.969.394,57 kn, što je za 7% više od prihoda planiranih po Planu i programu za 2022. godinu. Nadalje, ostvareni prihodi u 2022. godini iznose 6.151.507,39 kuna, što je za 3% više od planiranog 1. Rebalansom.

Kroz izvorne prihode TZG Raba je ostvarila prihode sukladno planiranom 1. Rebalansom, tek je kod prihoda turističke pristojbe iz prethodnih godina iznos manji za 30% s obzirom na problematiku naplate, koja se ipak očekuje riješiti kroz pokrenute naplate od strane Inspektorata. Članarina je porasla za 13% od planiranog, te se kroz te razlike ipak ostvario zadani iznos sredstava.

Prema planu i programu za 2022. godinu planirani iznos Aktivnosti - rashoda bio je 5.550.500,00 kn, i dalje oprezan, s obzirom da je početak godine i dalje bio obilježen pandemijom. Aktivnosti su 1. Rebalansom smanjene za 3%, dakle očekivalo se ostvarenje samo Programa rada i financijskog plana gotovo u potpunosti. Ostvarene Aktivnosti u 2022. godini iznose 4.481.779,19 kuna, što je za 17% manje od planiranog 1. Rebalansom.

Pored ostvarenih Aktivnosti koje direktno terete rashode poslovanja u iznosu koji je prije naveden, tijekom 2022. 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 imovinu728.375,00 kn
 - U promotivni materijal.....125.923,47 kn
- što je analitički prikazano u tablicama u nastavku.

ULAGANJA U STALNU IMOVINU

AKTIVNOST	NAZIV AKTIVNOSTI	ULAGANJA U STALNU IMOVINU U 2022.G.
2.3.1.2.	Najljepši otočni advent	15.726,25
2.4.1.	Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva. Grada Raba	662.911,25
3.2.3.5.	City light	20.331,25
6.2.	Materijalni rashodi Ureda TZG Rab	29.406,25
	UKUPNO:	728.375,00

ULAGANJA U PROMOTIVNI MATERIJAL

AKTIVNOST	NAZIV AKTIVNOSTI	Stanje 01.01. 2022	Nabava u 2022.g.	Ukupno	Utrošeno u 2022.g.	Zaliha na 31.12.2022
3.3.2.3.3.	Promo vrećice	1.855,00	12.625,00	14.480,00	12.729,43	1.750,57
3.3.7.1.	Imidž brošura	31.200,00	0	31.200,00	12.528,75	18.671,25
3.3.7.2.	Rab experience brošura	19.277,40	51.187,50	70.464,90	63.636,16	6.828,74
3.3.7.3.	Info karta - grad i otok Rab	7.810,00	32.500,00	40.310,00	37.029,13	3.280,87
	UKUPNO:	60.142,40	96.312,50	156.454,90	125.923,47	30.531,43

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 razrađene nego u prethodnim godišnjim izvještajima.

Prema gornjim tablicama, TZG Rab je izvršila ulaganja u stalnu imovinu i zalihe promotivnog materijala u iznosu od ukupno **854.298,47 kuna**.

Prema godišnjem financijskom izvješću po kontnom planu ostvaren je višak prihoda u iznosu od **1.669.728,20 kn (preneseni višak prihoda iz prethodnih godina u iznosu 989.634,57 kn + višak prihoda tekuće godine u iznosu od 680.093,63 kn)**.

Stanje sredstava na žiro računu na dan 31. 12. 2022. godine iznosi **510.637,99 kn**

Raspoloživa sredstva na žiro računu koristi će se za tekuću likvidnost u periodu 2023. godine kada je priljev izvornih prihoda minimalan.

Ovakav je poslovni rezultat relativno optimalan za poslovanje TZG Rab. Naime, razdoblje do ljeta je vrlo aktivno za turističke zajednice jer uključuje rad na promociji, dakle tisak materijala, odlazak na sajmove, posebne prezentacije i slično, što je financijski poprilično zahtjevno. S obzirom na tu situaciju, određena sredstva treba zadržati za tekuću likvidnost.

Za proteklu godinu je situacija bila posebna za TZG Raba iz razloga što je imala zahtjevan financijski projekt za izvršiti u vidu pred financiranja istog (Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva grada Raba). Isti je završen u prosincu 2022. godine, a refundacija od strane Uprave ribarstva se očekuje kroz ožujak ili travanj 2023. godine.

Ivana Matušan, mag.oec.
Direktorica TZG Rab



KVARNER
Raznolikost je lijepa

TURISTIČKA ZAJEDNICA KVARNERA

IZVJEŠĆE O PROVEDBI PROJEKTA UDRUŽENOG OGLAŠAVANJA
SA STRATEŠKIM PARTNERIMA U 2022. GODINI

Opatija, siječnja 2023.

Sukladno članku ugovora o udruživanju novčanih sredstava radi sufinanciranja kampanje oglašavanja s avio prijevoznicima i drugim strateškim partnerima u 2022. godini koji se potpisuje između Turističke zajednice Kvarnera i turističkih zajednica s područja PGŽ, te između Turističke zajednice Kvarnera, jedinica lokalne samouprave i Primorsko – goranske županije, dostavlja se izvještaj o realizaciji.

Uvodno se ukratko daje pregled načina funkcioniranja udruženog oglašavanja sa strateškim partnerima.

Hrvatska turistička zajednica je 15.12.2021. godine objavila Poziv za iskazivanje interesa za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima za 2022. godinu. Prijave partnera vrše se preko Predstavništva HTZ-a u inozemstvu, koji prijave zaprimaju, evaluiraju ih i daju mišljenje i preporuke za suradnju. U međuvremenu, sustav turističkih zajednica prema interesima turističkog gospodarstva razgovara s avio prijevoznicima, kako bi se definirali adekvatni iznosi za oglašavanje pojedinih destinacija, te svoju spremnost oko iznosa udruživanja dostavlja HTZ-u. Konačnu odluku o odobravanju sredstava donosi Turističko vijeće HTZ-a.

Tako je HTZ sredinom veljače 2022. godine, nakon objavljenog poziva, zaprimljenih kandidatura strateških partnera, te mišljenja Predstavništva HTZ-a u inozemstvu, dostavio prema TZ Kvarnera pregled pristiglih kandidatura, sa zamolbom za očitovanjem.

TZ Kvarnera je temeljem svih prethodnih zaključaka održanih s predstavnicima gospodarskih subjekata i TZ-ima napravila prijedlog sufinanciranja marketinških kampanja. Taj prijedlog je raspravljan s direktorima turističkih zajednica, predstavnicima gospodarskih subjekata i članovima Turističkog vijeća TZ Kvarnera, te je isti prijedlog dostavljen i HTZ-u, kako bi se potpisali ugovori sa strateškim partnerima.

Cijeli proces pripreme za oglašavanje linija koje bi se uvele na ZL Rijeka u 2022. godini započele su tijekom ljeta 2021. godine. Održan je niz sastanaka s predstavnicima gospodarskih subjekata i sustavom TZ-a, sa Zračnom lukom Rijeka, te su odabrani gradovi i tržišta s kojih postoji interes da se uvedu letovi, kako bi se sredstva uložila u promociju na tim destinacijama. Također, odrađeni su i preliminirani razgovori s avio kompanijama, koji su upućeni na Poziv HTZ-a, te je unaprijed dogovoren okvirni iznos oglašavanja s kojim bi se određena avio linija promovirala.

Paralelno s time, odrađeni su i razgovori i dogovori sa sustavom turističkih zajednica, koje su zatražile da za 2022. godinu ključ udruživanja sredstava bude:

- 50% = udjel u noćenjima
- 50% = udjel dolaska avio gostiju na područje pojedine subregije (*rezultati temeljem avio ankete koju provodi TZ Kvarnera*)

Takav ključ udruživanja je i napravljen, te prihvaćen od sustava turističkih zajednica, koje udružuju sredstva s gospodarskim subjektima.

U trenutku dostavljanja iskazanog interesa prema HTZ-u za suradnju s partnerima u 2022. godini, planirano je kako slijedi:

UKUPNO PREUZETE OBAVEZE ZA STRATEŠKE PROJEKTE 2022. brutto u kn:	6.403.000,00 kn
UDRUŽIVANJE OD:	
TZ i gospodarstvo (50% više u odnosu na 2019.); 70% snose TZ; 30% gospodarstvo kriterij raspodjele: 50% noćenja; 50% udjel avio ankete	1.650.000,00 kn
JLS (50% više u odnosu na 2019.) kriterij raspodjele: udjel u proračunu	1.835.000,00 kn
TZ KVARNERA:	2.500.000,00 kn
UKUPNO UDRUŽENO:	5.985.000,00 kn
UKUPNA RAZLIKA (između ugovorenog i udruženog)	-418.000,00 kn

Već u samoj kandidaturi oglašavanja prema HTZ-u, TZ Kvarnera je svjesno kandidirala veći iznos od onog koji se udružuje i to za 418.000 kn (55.480€) baš kako bi se udovoljilo potrebama oglašavanja linija avio prijevoznika, te kako bi se potaknuo dodatni promet na ZL Rijeka. Financijsku razliku koja bi se stvorila, TZ Kvarnera je bila spremna preuzeti na sebe.

S obzirom da je potom tijekom godine došlo do promjena u realizaciji planiranih programa, koje su bile uzrokovane ratnim zbivanjima u Rusiji i Ukrajni, ali i nekim drugim tržišnim kretanjima, nisu svi programi realizirani onako kako je to bilo planirano.

U nastavku je kroz dvije tablice prikaz kandidature Kvarnera koja je dostavljena HTZ-u za sve strateške partnere, odnosno prikaz onoga što je kandidirano (za što se i očekivala realizacija) u odnosu na ono što je do konca godine stvarno realizirano i to:

- ✓ s avio prijevoznicima, koji čine 96% od ukupne kandidature
- ✓ s ostalim partnerima, koji čine 4% od ukupne kandidature

Do odstupanja realiziranog oglašavanja u odnosu na plan došlo je kod sljedećih partnera:

- ✓ EasyJet je zbog manjka osoblja morao ukinuti liniju London – Rijeka, te je stoga oglašavanje te linije odrađeno u vrlo maloj mjeri
- ✓ LOT je uveo dodatnu liniju za koju je odrađeno oglašavanje
- ✓ Croatia Airlines je produžila letove Rijeka-München do sredine siječnja 2023., pa je dodatno promovirano i to razdoblje

Pregled oglašavanja s avio prijevoznicima:

Naziv partnera AVIO PRIJEVOZNIK	Datum prvog polaska	Kraj programa	KVARNER neto			ostvaren broj outrika u dolasku	proveden media plan
			planirano	realizirano	napomena		
EasyJet			€ 225.000,00	€ 57.588,00	sa 225.500€ smanjeno na 57.588€ zbog smanjenog broja letova	3.232	Destination box and deal pod (email newsletter); UK Facebook video static post; UK i DE Instagram post; UK i DE
London	1.5.2022.	12.7.2022.				720	
Berlin	1.6.2022.	30.10.2022.				2.512	
Ryanair			€ 100.000,00	€ 100.000,00	realizacija po planu	23.953	Airport & Tourism link on Ryanair Website i Featured Destination Banner on Ryanair Website
Stockholm	27.3.2022.	27.10.2022.				9.365	
Charleroi	7.4.2022.	27.10.2022.				6.974	
London	27.3.2022.	27.10.2022.				7.614	
Croatia Airlines			€ 73.000,00	€ 139.500,00	dodatno oglašavanje linije München-Rijeka do 15.1.2023.	2.939	web Croatia Airlines oglašavanje na potvrdi pri kupnji zrakoplovne karte oglašavanje na video ekranima u zrakoplovnima putni časopis Croatia oglašavanje na free bar kolicima u zrakoplovnima
München	26.5.2022.	27.10.2022.		€ 73.000,00			
München	1.11.2022.	15.1.2023.		€ 66.500,00		2.939	
Eurowings			€ 50.000,00	€ 50.000,00	realizacija po planu	21.417	poledina boarding pass-a
Berlin	2.5.2022.	16.10.2022.				4.766	
Köln	4.6.2022.	24.9.2022.				2.273	
Düsseldorf	21.5.2022.	16.10.2022.				4.939	
Hamburg	22.5.2022.	23.10.2022.				5.938	
Stuttgart	21.5.2022.	17.9.2022.				3.501	
LOT			€ 70.000,00	€ 100.000,00	sa 70.000€ povećano na 100.000€ zbog oglašavanja dodatne linije	2.152	Box in Crazy Wednesday mailing KALEIDOSCOPE- onboard magazine Spot at LCD screens in LOT's Business Lounge at Warsaw Chopin Airport LOT SOCIAL MEDIA
Varšava	12.5.2022.	26.9.2022.				1.311	
Zielona Gora	3.7.2022.	4.9.2022.				367	
Rzeszow	5.7.2022.	6.9.2022.				474	
Condor			€ 50.000,00	€ 50.000,00	realizacija po planu	6.489	newsletter, FB Condor, Instagram Condor, video na letovima
Düsseldorf	21.5.2022.	24.9.2022.				3.914	
Frankfurt	21.5.2022.	24.9.2022.				2.575	
Transavia NL			€ 40.000,00	€ 40.000,00	realizacija po planu	7.122	Dedicated e-mail newsletter Dedicated homepage take over Social post (FB, IG)
Eindhoven	24.4.2022.	2.10.2022.				7.122	
Air Serbia			€ 30.000,00	€ 30.000,00	realizacija po planu	1.401	reklame na radiju, banner na web stranici Air Serbia, inflight magazin Elevate, FB, IG
Beograd	15.06.2022	17.09.2022				1.401	
Air Baltic			€ 7.000,00	€ 0,00	partner odustao		
Riga	01.06.2022	28.09.2022					
UKUPNO			€ 645.000,00	€ 567.088,00		68.705	
UKUPNO (brutto u kn)			6.127.500,00 kn	5.340.905,67 kn			

Što se tiče realizacije oglašavanja s ostalim partnerima, smanjen je iznos oglašavanja, s obzirom da su dva partnera tijekom godine odustala od oglašavanja.

Pregled oglašavanja s ostalim partnerima:

Naziv partnera OSTALI PARTNERI	Datum prvog polaska	Kraj programa	KVARNER neto		napomena	proveden media plan
			planirano	realizirano		
RegioJet	3.6.2022.	27.09.2022.	€ 15.000,00	€ 15.000,00	realizacija po planu	RegioJet, online kampanja
Gruber Reisen	14.05.2022.	08.10.2022.	€ 3.000,00	€ 3.000,00	realizacija po planu	oglas u Woche časopis
CK Česke kormidlo	1.5.2022.	10.10.2022.	€ 3.000,00	€ 3.000,00	realizacija po planu	FB, Instagram, Newsletter
Aurora Viaggi	1.5.2022.	30.10.2022.	€ 3.000,00	€ 0,00	partner odustao	
ID Riva	01.02.2022.	31.12.2022	€ 5.000,00	€ 0,00	partner odustao	
UKUPNO			€ 29.000,00	€ 21.000,00		
UKUPNO (brutto u kn)			275.500,00 kn	197.780,63 kn		

UDRUŽIVANJE SREDSTAVA NA REGIONALNOJ RAZINI U 2022. GODINI

Udruživanje sredstava na regionalnoj razini odvija se na način da TZ Kvarnera na jesen tekuće godine dostavi turističkim zajednicama predviđene iznose koji bi se trebali ugraditi u Godišnji program rada, a s ciljem sufinanciranja oglašavanja s avio prijevoznicima i drugim parterima. Turističke zajednice udružuju iznose s predstavnicima gospodarskog sektora. Iznosi koji se traže procijenjuju se na bazi odrađene kampanje oglašavanja u prethodnoj godini, te na bazi najavljenih novih programa za godinu koja se priprema. Te iste aktivnosti provodi i PGŽ prema svim JLS-ovima s područja županije.

Slanje i potpisivanje ugovora s turističkim zajednicama i JLS-ovima odvija se u trenutku kada je HTZ obavijestio partnere o prihvaćenoj kampanji oglašavanja, te kada su poznati iznosi i ugovorene kampanje oglašavanja.

U 2022. godini su ugovori dostavljeni turističkim zajednicama i JLS-ovima na potpisivanje u svibnju, a u nastavku je pregled zatraženih iznosa udruživanja, te pregled stvarno udruženih sredstava, odnosno potpisanih ugovora.

Pregled udruživanja sredstava:

	TZ + GOSPODARSTVO 2022. (50% više u odnosu na 2019.) 70% snose TZ 30% gospodarstvo kriterij raspodjele: 50% noćenja; 50% udjel avio anketa			JLS 2022. (50% više u odnosu na 2019.) kriterij raspodjele: udjel u proračunu		
	plan 2022. TZ+GOSPODARSTVO	potpisan ugovor 94% potpisanih	nepotpisan ugovor 6% nepotpisanih	plan 2022. JLS	potpisan ugovor 93% potpisanih	nepotpisan ugovor 7% nepotpisanih
SVEUKUPNO	1.650.000,00 kn	1.544.508,81 kn	105.490,28 kn	1.835.000,00 kn	1.707.000,00 kn	128.000,00 kn
OPATJSKA RIVIERA	304.000,00 kn	169.326,48 kn	34.673,52 kn	224.250,00 kn	224.250,00 kn	0,00 kn
Opatija	111.002,57 kn	111.002,57 kn		150.000,00 kn		
Ičići	16.431,88 kn	0,00 kn	16.431,88 kn	7.500,00 kn	157.500,00 kn	
Lovran	35.311,05 kn	35.311,05 kn		36.000,00 kn	36.000,00 kn	
Matulji	11.012,85 kn	11.012,85 kn		8.250,00 kn	8.250,00 kn	
Mošćenička Draga	30.241,65 kn	12.000,00 kn	na sjednici TV TZ M. Draga donesena odluka o nemogućnosti financiranja ukupnog iznosa; osigurano 12.000 kn, umjesto 30.241,64 kn; razlika 18.241,64	22.500,00 kn	22.500,00 kn	
RJEČKI PRSTEN	190.000,00 kn	176.985,19 kn	13.014,80 kn	245.900,00 kn	236.900,00 kn	9.000,00 kn
Rijeke	100.422,83 kn	100.422,83 kn		500.000,00 kn	500.000,00 kn	Grad Rijeke je trebao osigurati 750.000, ali su potpisali ugovor na 500.000kn
Kastva	10.042,28 kn	10.042,28 kn		7.500,00 kn	7.500,00 kn	
Viškovo	4.820,30 kn	4.820,30 kn		3.900,00 kn	3.900,00 kn	
Jelenje	2.811,84 kn	2.811,84 kn		1.500,00 kn	1.500,00 kn	
Čavle	4.016,91 kn	4.016,91 kn		9.000,00 kn	9.000,00 kn	
Kostrena	18.477,80 kn	18.477,80 kn		6.000,00 kn	6.000,00 kn	
Bakra	6.025,37 kn	6.025,37 kn		9.000,00 kn	9.000,00 kn	
Kraljevice	43.382,66 kn	30.367,86 kn	osigurano 30.367,86 kn za udjel TZ, umjesto 43.382,66kn; gospodarstvo nije spremno sufinancirati razlika 13.014,80 kn	9.000,00 kn	nema sredstava	9.000,00 kn
CRIKVENIČKO-VINODOLSKA RIVIERA	225.000,00 kn	167.198,04 kn	57.801,96 kn	208.500,00 kn	89.500,00 kn	119.000,00 kn
Crikvenica	157.955,24 kn	157.955,24 kn		150.000,00 kn	50.000,00 kn	osigurano 50.000 kn umjesto 150.000kn; razlika 100.000 kn
Novi Vinodolski	57.801,96 kn	0,00 kn	TZG MV je planirala 10.000kn; smatraju da je to preveliki udio za TZG Novi Vinodolski 57.801,96	54.000,00 kn	35.000,00 kn	osigurano 35.000kn, umjesto 54.000kn; razlika 19.000 kn
Vinodolske općine	9.242,80 kn	9.242,80 kn		4.500,00 kn	4.500,00 kn	
OTOK KRK	537.000,00 kn	536.999,10 kn	0,00 kn	403.500,00 kn	403.500,00 kn	0,00 kn
Omišalj	99.183,00 kn	99.183,00 kn		75.000,00 kn	75.000,00 kn	
Malinska-Dubašnica	87.477,30 kn	87.477,30 kn		60.000,00 kn	60.000,00 kn	
Krka	119.858,40 kn	119.858,40 kn		105.000,00 kn	105.000,00 kn	
Punat	80.013,00 kn	80.013,00 kn		52.500,00 kn	52.500,00 kn	
Baška	84.899,70 kn	84.899,70 kn		75.000,00 kn	75.000,00 kn	
Vrbnik	11.975,10 kn	11.975,10 kn		6.000,00 kn	6.000,00 kn	
Dobrinj	53.592,60 kn	53.592,60 kn		30.000,00 kn	30.000,00 kn	
OTOK CRES	93.000,00 kn	93.000,00 kn	0,00 kn	75.000,00 kn	75.000,00 kn	0,00 kn
Cres	93.000,00 kn	93.000,00 kn		75.000,00 kn	75.000,00 kn	
OTOK LOŠINJ	173.000,00 kn	173.000,00 kn	0,00 kn	180.000,00 kn	180.000,00 kn	0,00 kn
Mali Lošinj	173.000,00 kn	173.000,00 kn		180.000,00 kn	180.000,00 kn	
OTOK RAB	214.000,00 kn	214.000,00 kn	0,00 kn	181.500,00 kn	181.500,00 kn	0,00 kn
Rab	138.956,91 kn	138.956,91 kn		120.000,00 kn	120.000,00 kn	
Lopar	75.043,09 kn	75.043,09 kn		61.500,00 kn	61.500,00 kn	
GORSKI KOTAR	14.000,00 kn	14.000,00 kn	financira TZ Kvarnera	16.350,00 kn	16.350,00 kn	financira TZ Kvarnera
UKUPNO	1.650.000,00 kn	1.544.508,81 kn	105.490,28 kn	1.835.000,00 kn	1.707.000,00 kn	128.000,00 kn

S obzirom na promjene koje su se događale tijekom godine, sažetak je kako slijedi:

	PLAN ZA 2022.	REALIZACIJA 2022. (potpisani ugovori)
I. IZNOSI UDRUŽIVANJA OD TZ-A (1.835.000kn), JLS-A (1.835.000kn) I TZ KVARNERA (2.500.000kn)	5.985.000,00 kn	5.751.508,81 kn (TZ=1.544.508,81kn+JLS=1.707.000kn+TZK=2.500.000kn)
II. KAMPANJE OGLAŠAVANJE SA STRATEŠKIM PARTNERIMA :	6.403.000,00 kn	5.537.957,78 kn
RAZLIKA IZMEĐU UDRUŽENIH SREDSTAVA (prihod) I UGOVORENIH OBAVEZA (rashod) (I-II)	-418.000,00 kn	213.551,03 kn

Naziv partnera AVIO PRIJEVOZNIK	ugovoren netto iznos	plaćeno u 2022. godini (pdv uključen)
EasyJet	€ 57.588,00	faktura zatražena, bit će plaćena u 2023. 542.370,99 kn
Ryanair	€ 100.000,00	942.172,75 kn
Croatia Airlines - Kvarner	€ 139.500,00	1.318.500,00 kn
Eurowings	€ 50.000,00	471.501,13 kn
LOT - Kvarner	€ 100.000,00	941.989,63 kn
Condor	€ 50.000,00	470.108,06 kn
Transavia NL	€ 40.000,00	376.485,75 kn
Air Serbia	€ 30.000,00	281.126,33 kn
UKUPNO	€ 567.088,00	5.344.254,64 kn
Naziv partnera OSTALI PRIJEVOZNICI (bez avio prijevoznika)	ugovoren netto iznos	plaćeno u 2022. godini (pdv uključen)
Regiojet	€ 15.000,00	138.434,21 kn
Gruber Reisen	€ 3.000,00	27.059,07 kn
CK Česke kormidlo	€ 3.000,00	28.209,86 kn
UKUPNO	€ 21.000,00	193.703,14 kn
SVEUKUPNO	588.088,00 kn	5.537.957,78 kn

Iz svega proizašlog, može se vidjeti da od početnog nedostatka sredstava u iznosu od 418.000 kn, u konačnici je godina u projektu oglašavanja sa strateškim partnerima završila u plusu s 213.551,03 kn. Najveći izazov u predviđanju financijskih sredstava za potrebe oglašavanja je s jedne strane taj što avio prijevoznik ili turoperator može u bilo kojem trenutku zaustaviti kampanju oglašavanja (i umanjiti ugovorena sredstva), a s druge strane to da se potpisivanje ugovora od strane onih koji udružuju sredstva ponekad odgađa do samog kraja godine, pa TZ Kvarnera mora u međuvremenu preuzeti financiranje na sebe jer se ne zna s kojim iznosom se raspolaže.

S obzirom da je 2022. godina završena s 213.551,03 kn viška, napravljen je izračun povrata, za koji se predlaže da se proporcionalno udjelu u sufinanciranju oglašavanja, umanje ugovori u 2023. godini.

Pregled povrata udruženih sredstava:

UDRUŽIVANJE:	planirani iznos	udjel	povrat u kn (prema udjelu u planiranom)	povrat u €
TZ i gospodarstvo (50% više u odnosu na 2019.): 70% snose TZ; 30% gospodarstvo kriterij raspodjele: 50% noćenja; 50% udjel avio ankete	1.650.000,00 kn	27,57	58.873,72 kn	7.813,89 €
JLS (50% više u odnosu na 2019.) kriterij raspodjele: udjel u proračunu	1.835.000,00 kn	30,66	65.474,71 kn	8.689,99 €
TZ KVARNERA:	2.500.000,00 kn	41,77	89.202,60 kn	11.839,22 €
UKUPNO :	5.985.000,00 kn	100,00	213.551,03 kn	28.343,09 €

TZ Kvarnera je sukladno zadaćama definiranim kroz Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, u 2022. godini odradila kampanju oglašavanja sa strateškim partnerima, te je koordinirala udruživanje sredstva na regionalnoj razini, s primarnim ciljem promocije regije Kvarner i dovođenja većeg broja avio putnika na ZL Rijeka.

Tijekom 2022. godine na području PGŽ je ostvareno:

- ✓ 3.041.076 dolazaka turista, a od toga:
 - 79.821 putnika u dolasku na ZL Rijeka (2,6% od ukupnog broja dolazaka turista); od 79.821 putnika na ZL Rijeka:
 - 68.705 putnika (86%) s avio prijevoznicima s kojima je odrađena kampanja oglašavanja
- ✓ U oglašavanje koje je potaknulo dolazak 68.705 putnika uloženo je 566.600€ neto (708.250€ bruto), znači 10,4€ je iznos oglašavanja po putniku

Pregled ostvarenog broja putnika na ZL Rijeka

AVIOPRILJEVOZNIK	DIREKCIJA	ZRAKOPLOVNI operacije	PUTNIKI						Iznos udruženog oglašavanja Klubova članova i f
			DOLAZAK			ODLAZAK			
			A+C	I	UKUPNO	A+C	I	UKUPNO	
TRADE AIR*	SPLIT - DUBROVNIK	92	291	1	292	276	2	278	570
	OSIJEK	90	126	2	128	81	2	83	211
	ZADAR	4	1	0	1	5	0	5	6
UKUPNO TRADE AIR		186	418	3	421	362	4	366	787
UKUPNO DOMAĆI REDOVITI PROMET		186	418	3	421	362	4	366	787
RYANAIR	BRUXELLES CHARLEROI	116	6.922	52	6.974	7.116	54	7.170	14.144
	LONDON STANSTED	122	7.546	68	7.614	7.934	77	8.011	15.625
	STOCKHOLM ARLANDA	122	9.246	119	9.365	9.609	124	9.733	19.098
UKUPNO RYANAIR		360	23.714	239	23.953	24.659	255	24.914	48.867
EUROWINGS	DUSSELDORF	78	4.860	79	4.939	4.967	74	5.041	9.980
	HAMBURG	90	5.812	126	5.938	6.259	137	6.396	12.334
	BERLIN	78	4.711	55	4.766	5.028	67	5.095	9.861
	KOLN	40	2.231	42	2.273	2.267	43	2.310	4.583
	STUTTGART	58	3.441	60	3.501	3.060	52	3.112	6.613
UKUPNO EUROWINGS		344	21.055	362	21.417	21.581	373	21.954	43.371
POLSKIE LINIE LOT	VARŠAVA	34	1.277	34	1.311	1.224	32	1.256	2.567
	ZIELONA GORA	20	367	0	367	345	4	349	716
	RZESZOW	20	472	2	474	446	10	456	930
UKUPNO LOT		74	2.116	36	2.152	2.015	46	2.061	4.213
LUFTHANSA	FRANKFURT	90	4.724	73	4.797	4.506	71	4.577	9.374
	MUNCHEN	38	1.041	16	1.057	968	13	981	2.038
UKUPNO LUFTHANSA		128	5.765	89	5.854	5.474	84	5.558	11.412
CONDOR AIRLINES	FRANKFURT	38	2.530	45	2.575	2.603	47	2.650	5.225
	DUSSELDORF	58	3.866	48	3.914	3.245	55	3.300	7.214
UKUPNO CONDOR AIRLINES		96	6.396	93	6.489	5.848	102	5.950	12.439
EASYJET	LONDON GATWICK	24	720	0	720	512	3	515	1.235
	BERLIN	38	2.510	2	2.512	2.545	21	2.566	5.078
UKUPNO EASYJET		62	3.230	2	3.232	3.057	24	3.081	6.313
CROATIA AIRLINES	MUNCHEN	150	2.895	44	2.939	3.112	41	3.153	6.092
AIR BALTIC	RIGA	70	3.949	50	3.999	3.887	46	3.933	7.932
TRANSVIA**	EINDHOVEN	108	7.056	66	7.122	7.411	77	7.488	14.610
AIR SERBIA	BEOGRAD	56	1.374	27	1.401	1.426	23	1.449	2.850
UKUPNO MEĐUNARODNI REDOVITI PROMET		1.448	77.550	1.008	78.558	78.470	1.071	79.541	158.099
UKUPNO REDOVITI PROMET		1.834	77.968	1.011	78.979	78.832	1.075	79.907	159.886
ENTER AIR	LONDON GATWICK	2	0	0	0	74	0	74	74
ENTER AIR	STAVANGER	4	168	0	168	171	0	171	339
ENTER AIR	STOCKHOLM ARLANDA	4	140	0	140	127	0	127	267
TRADE AIR	BUDIMPEŠTA	2	0	0	0	61	0	61	61
TRADE AIR	STOCKHOLM ARLANDA	4	83	0	83	78	0	78	161
UKRAINE INT. AIRLINES	PISA	2	49	0	49	0	0	0	49
POLSKIE LINIE LOT	VARŠAVA	4	160	0	160	156	0	156	316
CARPATAIR	SAVONLINNA	2	85	0	85	0	0	0	85
BRAATHENS REGIONAL AIRWAYS	STOCKHOLM ARLANDA	2	50	0	50	50	0	50	100
SAS THALAIR	VARŠAVA	2	0	0	0	33	0	33	33
LUXWING	MILANO	2	0	0	0	28	0	28	28
AIR NOSTRUM	STOCKHOLM ARLANDA	4	82	0	82	91	0	91	173
EURO JET (MHS AVIATION)	MUNCHEN	2	25	0	25	25	0	25	50
UKUPNO MEĐUNARODNI CHARTER PROMET		36	842	0	842	894	0	894	1.736
UKUPNO REDOVITI I CHARTER PROMET		1.870	78.810	1.011	79.821	79.726	1.075	80.801	160.622

Izvor: ZL Rijeka

Iz provedenih marketinških kampanja izdvajamo nekoliko primjera objavljenih oglasa:

Ryanair

BE (FR)

25th-31st July / 15th 21st August / 12th-18th September



BE (NL)

25th-31st July / 15th 21st August / 12th-18th September



SV

25th - 31st July / 15th - 21st August



Engagement Statistics:

UK

Total number impressions: 3,158,720

BE(FR)

Total number impressions: 949,482

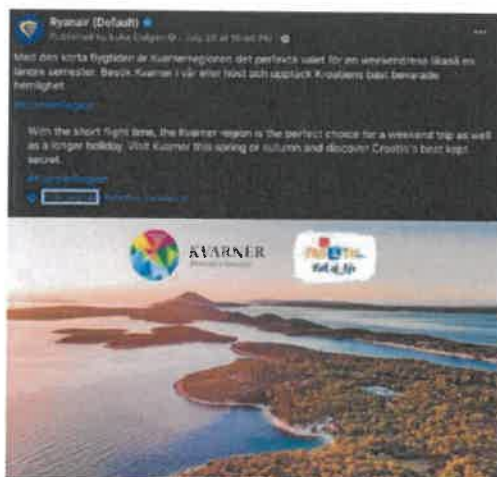
BE(NL)

Total number impressions: 636,373

SV

Total number impressions: 560,509

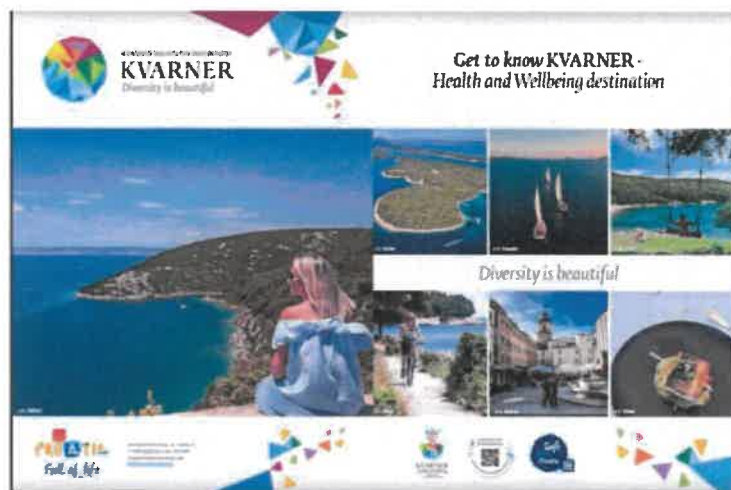
28th July 2022



Eurowings:



Croatia Airlines – proljetni inflight magazin:



Češke kormidlo:



Condor:

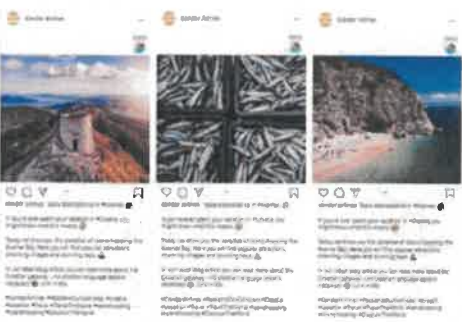
SOCIAL MEDIA

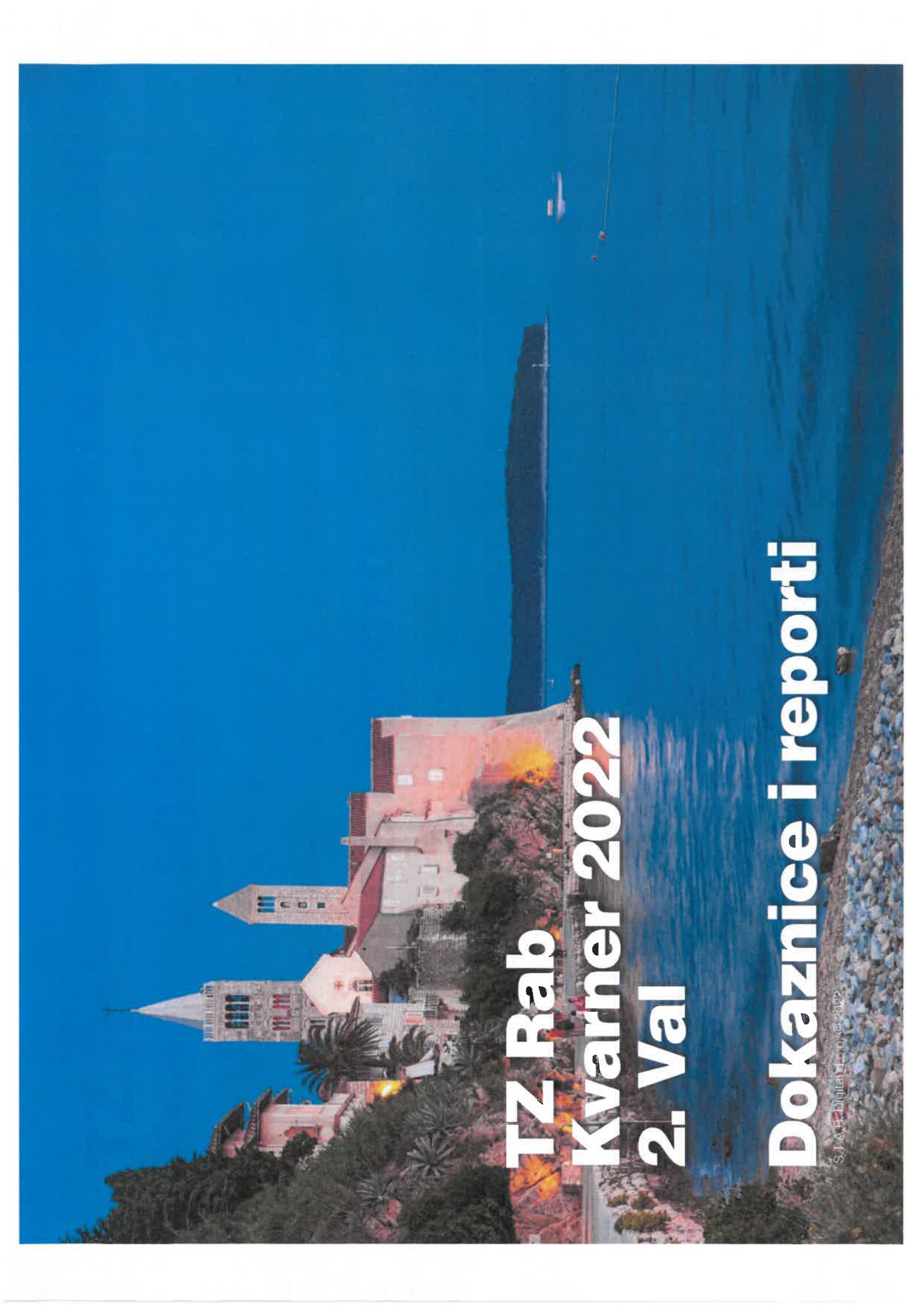


Facebook:



Instagram:





TZ Rab Kvarner 2022 2. Val

Dokaznice i reporti

S.J.A.P. Digital Photo © 2022

REPORT – Sva tržišta



Client:
Campaign name:
Date:
SD Account:

TE Rabo
Koristnik 2022, 2. vol
28.05.2022.

Marketing Strategija i planiranje - subsektorski plan (group: ccm)

Media	Channel	Size	Impressions (11.05.2021 - 11.05.2022) all sub-sectors (not sorted)	Clicks	Impressions	CTR %
Media Group						
Media Group	Display ads	300x250, 728x90, 160x600	504,000 Impressions	41	62,387	0.07%
Media	Standard banners	160x600, 300x250, 728x90	1500 Impressions	173	741,387	0.02%
Media ad preview	Native ad	Video	1481 Impressions	1,662	797,475	0.23%
TOTAL (display)				2,076	1,601,219	
Media						
Media	Banner	Native Universal	150,000 Impressions	154	44,000	0.35%
Media	Standard banners	160x600, 300x250, 728x90	2,800 Impressions	345	866,407	0.04%
Programmatic / Time audience	Standard banners	160x600, 300x250, 728x90	641,300,000 Impressions	23	72,122	0.03%
TOTAL (all media)				522	1,619,428	
Media						
Media	Standard banner	970x250	50,000 Impressions	43	22,871	0.19%
Media	Half page banner	300x250	60,000 Impressions	14	11,587	0.12%
Media	Large banner	300x250	53,000 Impressions	23	12,600	0.19%
Media	Native ad	Video	2000 Impressions	500	634,183	0.09%
TOTAL (all media)				540	651,151	
Media						
Media	Display + mobile banners	300x250, 300x250	300,000 Impressions	331	323,546	0.10%
Programmatic / Time audience	Standard banners	300x250, 160x600, 728x90, 300x600	641,778,000-260,000 Impressions	257	275,208	0.10%
TOTAL (all media)				588	599,543	
Media						
Media	Display + mobile banners	728x90, 300x250, 640x120	3500 Impressions	3,357	6,048,550	0.07%
Display Network	Display + mobile banners	970x250, 300x250, 640x120, 300x250	184,000 Impressions	397	222,222	0.19%
TOTAL (display)				4,354	6,271,872	
Media						
Media	Video	480 x 270	300,000 Impressions	1,080	381,468	0.36%
Superior	Banner	491x1555 px	384,000 Impressions	430	385,500	0.11%
TOTAL (all media)				1,480	778,998	
TOTAL (all media)				5,890	11,144,811	



Njemačka

REPORT – Njemačka

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks (total all subjects included)	Clicks	Impressions	CTR (%)
Germany				Report		
Holiday Check	Display ads	300x250, 728x90, 160x600	500,000 impresija	41	62,387	0.07%
Web.de	Standard banners	160x600, 300x250, 728x90	1500 klikova	173	741,357	0.02%
Native ad network	Native ad	Text+foto	1451 klikova	1,862	797,475	0.23%
TOTAL GERMANY				2,076	1,601,219	

Ukupan broj klikova: 2,076

Ukupan broj impresija: 1,601,219

AD SERVER REPORT / Holiday Check / Display ads



Display Performance

Custom 28.6.2022 - 1.8.2022

CLIENT	TYPE	CAMPAIGN	MEDIA	LINE ITEM	TRACKING	Generate
(50) TZ Kvarner	Multiple selection (3)	Kvarner 2022	Holidaycheck.de	All	--Advertiser Defaults--	
TRACKED ADS						
501.582	VERIFIABLE RATE (%) FOR AD VERIFIABILITY	319	CTR (%)	0,06%	CONVERSIONS	0
					CONV (%)	0,00%



Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/Adgroups Other

	Tracked Ads	Unique Tracked Ads	Clicks	CTR (%)	Conversions	COV (%)	Sales
Banner/Adgroups	38.400	2	38.400	0,01%	0	0,00%	0,00
DE 728x90 3 rab	21.336	38	21.336	0,18%	0	0,00%	0,00
DE 300x250 2 rab	2.651	1	2.651	0,04%	0	0,00%	0,00
DE 160x600 3 rab							



KVARNER
Pauzovnik i Ujuna



S.T.A.R. Digital d.o.o. © 2022

AD SERVER REPORT / Web.de / Standard banners



Display Performance

Custom 28.6.2022 - 28.7.2022

CLIENT (SD) TZ Kvarner	TYPE Multiple selection (3)	CAMPAIGN Kvarner 2022	MEDIA Web.de	UNIT All	TRACKING Advertiser Defaults	Generate
THROTTLED ADS 5,926,767	VERSABLE PART (N) FOR HAS VERSABLE,TV 43,3796	CLOCK 1,494	CTR (N) 0,03%	CONVERSIONS 0	COV (N) 0,00%	

Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/Adgroups Other

rab

Banner/Adgroups	Tracked Ads	Unique Tracked Ads	Clicks	CTR (%)	Conversions	COV (%)	Sales
DE 300x250 2 rab	472,770	472,770	114	0,02%	0	0,00%	0,00
DE 160x600 3 rab	258,901	258,901	55	0,02%	0	0,00%	0,00
DE 728x90 3 rab	9,686	9,686	4	0,04%	0	0,00%	0,00



AD SERVER REPORT / Native ad network / Native ad



Display Performance

Custom 28.6.2022 - 25.7.2022

CLIENT	TYPE	CAMPAIGN	MEDIA	LINEITEM	TRACKING	GENERATOR
(SD) TZ Kvarner	Multiple selection (3)	Kvarner 2022	Native Ad Network	All	Advertiser Defaults ..	
TRACKED ADS: 797.475	VIEWABLE RATE (% FOR ADS VISIBILITY): 0,00%	CLICKS: 1.862	CTR (%): 0,23%	CONVERSIONS: 0	COV (%): 0,00%	



Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/Adgroups Other

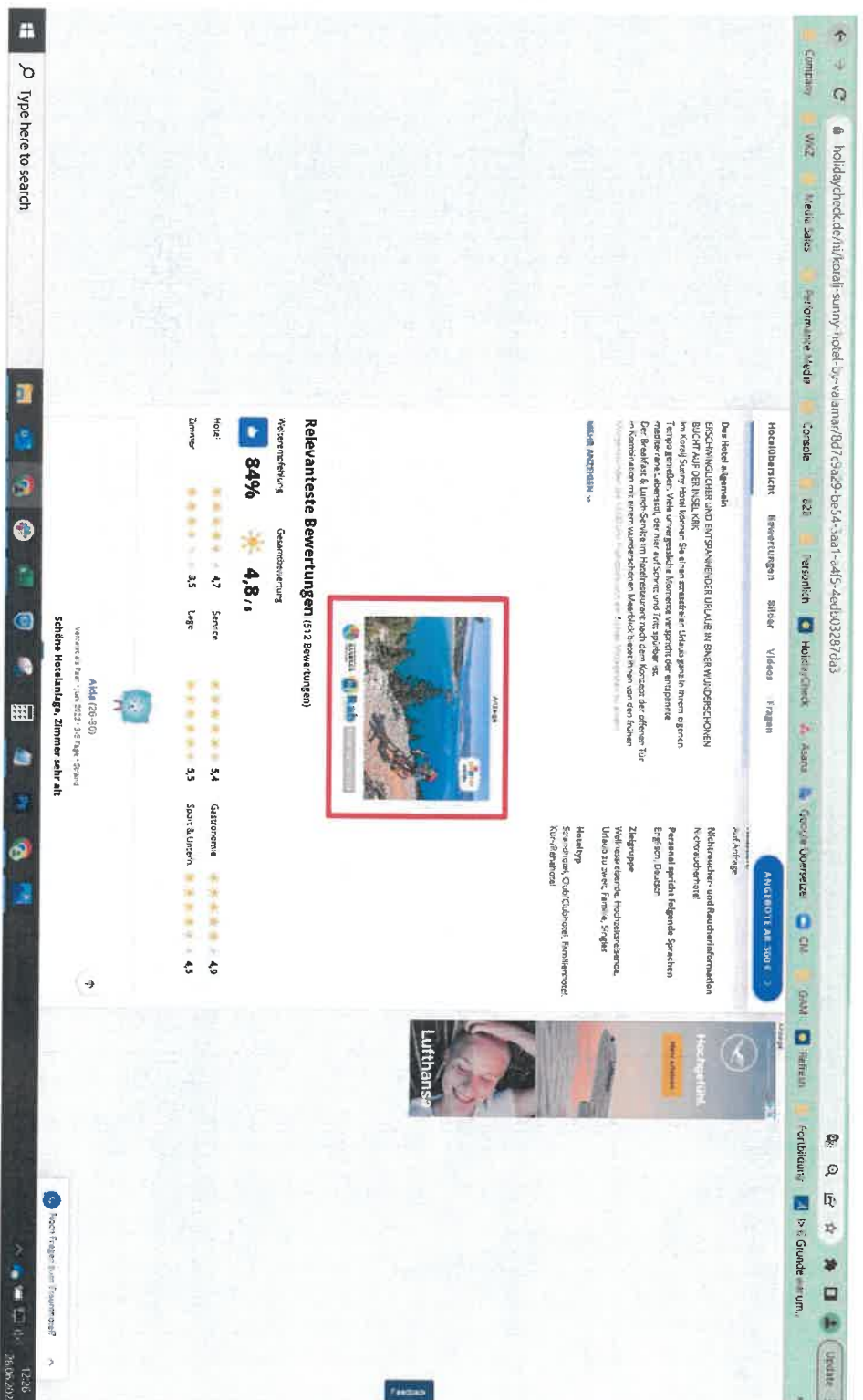
Media	Tracked Ads	Unique Tracked Ads	Clicks	CTR (%)	Conversions	COV (%)	Sales
Native Ad Network	797.475	797.475	797.475	1,562	0,23%	0	0,00%



ADVERTISING / Holiday Check / Display ads / Screenshots



Format:
300x250 Rab





Format:
160x600 Rab

GMX

https://www.gmx.net/magazine/reise/unberuehrte-natur-urzustand-schoensten-nationalparks-europa-36175512

News / Reise / Rab

Unberührte Natur in ihrem Urzustand: Die schönsten Nationalparks in Europa

Nationalparks sind unberührte Natur. Mit besonderem Schutz vor Umweltzerstörung durch menschliche Eingriffe können Tiere und Pflanzen uneingeschränkt leben. Um diesen Urzustand zu bewahren, gelten in diesen Naturräumen Regeln des "sanften Tourismus". Das bietet vor allem für Wanderer unvergleichliche Erlebnisse. ...

HELP REFUGEES TODAY
SupportCrisisRelief.org

KVARNER
Raumkino je lipna

Rab
Globe online





Format:
300x250 Rab

GMX

https://www.gmx.net/magazin/ress/fotos-urlaub-schone-momente-36735914

Suchen mit GMA

Weniger Fotos, mehr Urlaub: So bleiben schöne Momente wirklich erhalten

Artikelwert am 01.04.2022, 18:46 Uhr

- 1 Einfach mal die Kamera oder das Smartphone aus der Hand legen und den Moment genießen.
- 2 Eine Reisepsychologin erklärt, weshalb weniger Fotos mehr Urlaub bedeuten - und worauf wir achten sollten.

Mehr Reisehemen finden Sie hier

Jede Suche ein Treffer!
Mit dem Treffer, der findet Du jederzeit lokale Unternehmen.

Das Örtliche
Partner des Schwerepunkts im Netz

Impressum Datenschutz Juristische Hinweise
https://www.gmx.net/magazin/ress/fotos-urlaub-schone-momente-36735914

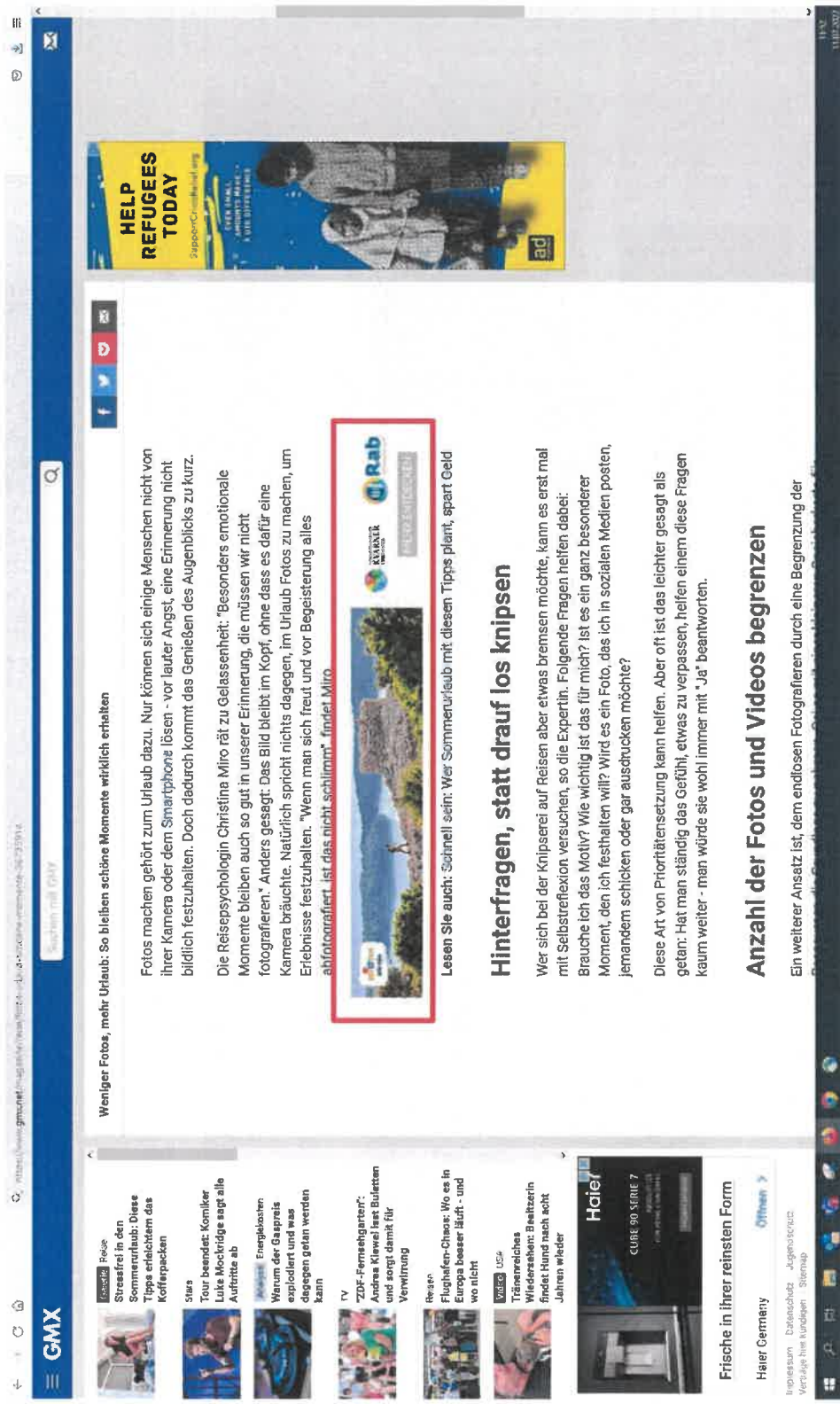


KYARNER
Razniskost je ljepa





Format:
728x90 Rab





Format:
Native ad

☰ 🔍 📍 Stuttgart Stadtkultur Region Baden-Württemberg Politik Wirtschaft Sport Filmorama Kultur Wissen Reise Genuss



sen und hat sich ebenfalls mit Hane Weiss und Jan Schmachten zwei Spezialisten aus Team Jettolit, was zeichnet die beiden aus?

Neues Restaurant im Stuttgarter Osten

Eine abwechslungsreiche kulinarische Reise im Hanol



Wer einen gut dozierten Job als Unternehmensberater auflegt, um in der Pandemie Gastronomie zu werden, muss gute Nerven haben. Oder eine große Leidenschaft fürs Fach. Die hat Hoang Bui, der an der Innenstadt das Hanol an der Neckarstraße eröffnet hat.



"Schwäbisch für Anfänger"-Quiz

Das Quiz zum Podcast für Neu- und Urschwaben. Wissen Sie, wie das Land die heißt?



STUTTGARTER ZEITUNG



Die Region Kvarner - das beste Szenario für einen aktiven Urlaub

Kvarner, die Wiege des kroatischen Tourismus und heute eine der Top 3 Touristenregionen Kroatiens, zeichnet sich durch eine einzigartige Kombination aus Küste, Inseln und Bergen aus.



Mitfahrts am Kvarner

Drei Verletzte nach Kollision von zwei Autos

Am Mittwochabend kommt es bei Marbach am Neckar zu einem Unfall, bei dem zwei Autos kollidieren. Drei Menschen werden dabei leicht verletzt.



Format:
Native ad

sen und hat sich deshalb mit Nate Weiss und Jan Schimpfen zwei Spezialisten ins Team geholt. Was zeichnet die beiden aus?

Neues Restaurant im Stuttgarter Osten

Eine abwechslungsreiche kulinarische Reise im Hanoi

Wer einen gut dozierten Jon als Unternehmensberater auftritt, um in der Pandemie-Gastronomie zu werden, muss gute Nerven haben. Oder eine große Leidenschaft fürs Fach. Die hat Hoang Bur, der in der Innenstadt das Hanoi an der Neckarstraße eröffnet hat.

ARTICLE

Die Region Kvarner - das beste Szenario für einen aktiven Urlaub

Kvarner, die Wiege des kroatischen Tourismus und heute eine der Top 3 Tourismusregionen Kroatiens, zeichnet sich durch eine einzigartige Kombination aus Küste, Inseln und Bergen aus.

Mirbach am Neckar

Drei Verletzte nach Kollision von zwei Autos

Am Mittwochabend kam es bei Mirbach am Neckar zu einem Unfall, bei dem zwei Autos kollidierten. Drei Menschen werden dabei leicht verletzt.

"Schwäbisch für Anfänger"-Quiz

Das Quiz zum Podcast für Neu- und Urschwaben: Wissen Sie, wie das Ländle lebt?

Start

STUTTGARTER ZEITUNG



Austrija

REPORT – Austrija

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks (total all subjects included)	Clicks	Impressions	CTR (%)
Austria					Report	
Wetter.at	Baner	Mobile underinitial	150,000 impresija	154	44,099	0.35%
GMX.at	Standard banners	160x600, 300x250, 728x90	2,000 klikova	346	896,407	0.04%
Programmatic / Travel audience	Standard banners	160x600, 300x250, 728x90	est. 330.000 - 390.000 impresije	23	73,122	0.03%
TOTAL AUSTRIA				522	1,013,628	

Ukupan broj klikova: 522
Ukupan broj impresija: 1,013,628

AD SERVER REPORT / Wetter.at / Mobile understitial



Display Performance

Custom 28.6.2022 - 15.7.2022

CLIENT	TYPE	CAMPAIGN	MEDIA	LINEITEM	TRACKING	Generate
(SD) TZ Kvarner	Multiple selection (3)	Kvarner 2022	Wetter.at	All	Advertiser Default ..	
THROTTLED ADS 155,323	VIEWABLE RATE (%) FOR HAS VISIBILITY 54,22%	CLICKS 647	CTR (%) 0,42%	CONVERSIONS 0	CONV (%) 0,00%	

Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/Adgroups Other -

CRBS

Banner/Adgroups	Tracked Ads	Unique Tracked Ads	Clicks	CTR (%)	Conversions	COV (%)	Sales
DE_1000000_Cras	22,345	22,345	108	0,47%	0	0,00%	0,00





Display Performance

Custom 28.6.2022 - 20.7.2022 Generate

CLIENT	CAMPAIGN	UNITID	MEDIA	TRACKING	Generate
(SD) TZ Kvarner	Kvarner 2022	All	GMX.at	-- Advertiser Defaults --	
5.384.630	Multiple selection (3)				
TRACKED ADS	VIEWABLE RATE (%) FOR LAST VIEWABILITY	CLICKS	CTR (%)	CONVERSIONS	COV (%)
	67.24%	2.016	0.04%	0	0.00%



Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/Adgroups Other

Search

Banner/Adgroups	Tracked Ads	Unique Tracked Ads	Clicks	CTR (%)	Conversions	COV (%)	Sales
DE_160x600_Crm	507.617	507.617	131	0.03%	0	0.00%	0.00
DE_Crm_728x90	199.720	199.720	82	0.04%	0	0.00%	0.00
DE_Crm_300x250	190.745	190.745	120	0.06%	0	0.00%	0.00



AD SERVER REPORT / Programmatic AT / Standard banners



Display Performance

Custom 28.6.2022 - 22.7.2022

CLIENT (SO) TZ Kvarner	TYPE Multiple selection (3)	CAMPAIGN Kvarner 2022	MEDIA Programmatic AT	LINETYPE All	TRACKING Advertiser Defaults	Generate
441.911	VIEWABLE RATE ON FOR US VISIBILITY 44,889%	CLICKS 180	CTR (%) 0,04%	CONVERSIONS 0	COV (%) 0,00%	

Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/Adgroups Other

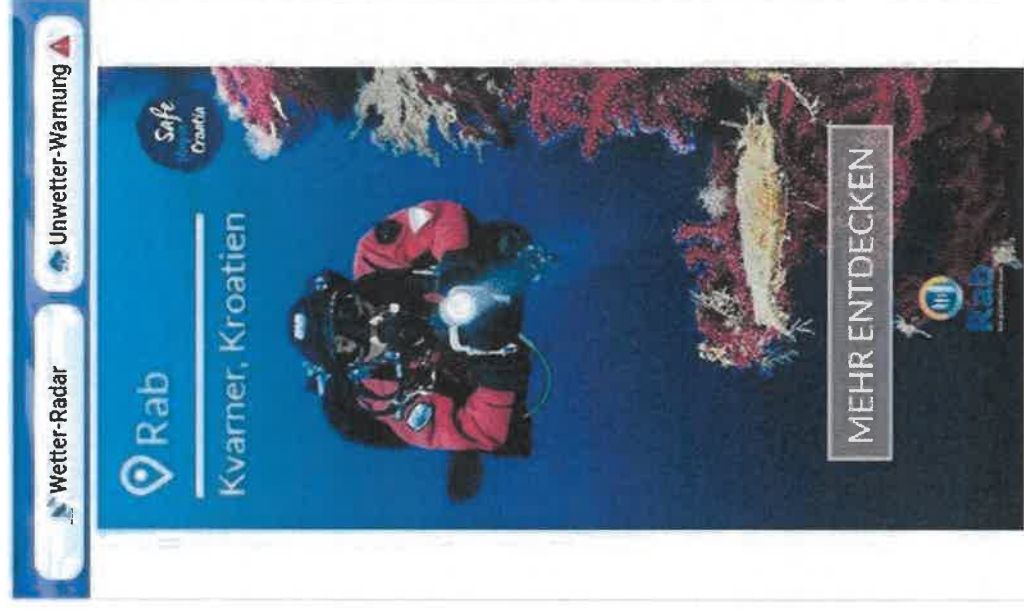
CTR

Banner/Adgroups	Tracked Ads	Unique Tracked Ads	Clicks	CTR (%)	Conversions	COV (%)	Sales
DE_Crea_300x250	47.327	47.327	10	0,02%	0	0,00%	0,00
DE_180x600_Crea	14.083	14.083	5	0,04%	0	0,00%	0,00
DE_Crea_728x90	12.582	12.582	3	0,02%	0	0,00%	0,00





Format:
300x600 Rab





Format:
160x600 Rab

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.gmx.at/magazine/reise/fotos-urlaub-schoene-momente-36735914>. The page content includes a sidebar with various news snippets and a main article titled "Weniger Fotos, mehr Urlaub: So bleiben schöne Momente wirklich erhalten". A banner advertisement for Rab is visible at the bottom of the page, featuring a scenic landscape and the Rab logo.

Left Sidebar Snippets:

- Video** Alltagsfrage: Experten verrät Morse-ABC: Das bedeuten die Signaltöne im Flugzeug wirklich
- Royals** Victoria von Schweden wird 45: Palast veröffentlicht glamouröses Foto
- Video** Alltagsstipp: Zucker als Wundermittel?
- Stunde erkennt Demenz-Epidemie** Hören nicht!

Main Article: "Weniger Fotos, mehr Urlaub: So bleiben schöne Momente wirklich erhalten" by Kay Nietfeld/dpa/dpa-tmn

Banner Advertisement: Rab logo and scenic landscape image.





Format:
300x250 Rab

← → ↺ 🔒 🔗 <https://www.gmx.at/magazine/reise/kunstwerk-tiefe-grosses-korallenriff-tahiti-entdeckt-36530260> 80% ☆ Bannercreator >> Weitere Lesezeichen

Login m WILLKOMMEN. Micro... MCM board - Agile B... Issue Navigator - DP J... Hauptseite | Develop... tools :: preview :: previ... Suchen mit GMX

GMX

News > Ratgeber > Reise

"Kunstwerk" in der Tiefe: Großes Korallenriff vor Tahiti entdeckt

Aktualisiert am 21.01.2022, 17:03 Uhr

Softschalen-BH 19"

Light & Bright

Jetzt shoppen

EDUSCHO

Tchibo

Korallenriff vor Tahiti entdeckt

© Alex Rosenfeld/Gallerie meanfield via AP/dpa

Wissen Alltagsfrage: Experten verrät Morse-ABC: Das bedeuten die Signaltöne im Flugzeug wirklich

Video Lifehack: Heißes aus dem Glas trinken? Mit diesem Trick klappt es

Live 12.01.2022: Krieg in der Ukraine... Putin richtet Russlands Wirtschaft auf Unterstützung des Militärs aus

Interview Schlager "Herzliedchen" Maria Deim

WINTER **Rab** **NONE ENTQUOCHEN**

<https://f0.gmx.at/image/260/36530260,pd=4/grosses-korallenriff-tahiti-entdeckt.jpg> cher haben vor der Kluste Tahitis ein mehr als drei Kilometer langes

Zur Suche Text hier eingeben

17:32 14.07.2022 24°C



KVARNER
Rezepte, je lieps



Format:
728x90 Rab

[illegible]



Format:
300x250 Rab

The screenshot shows a news website with a 300x250 Rab banner. The banner is located in the main content area, below the top navigation bar. The banner features a landscape image and the Rab Bank logo. The website layout includes a top navigation bar with links like 'News', 'Wirtschaft', 'Politik', and 'Service'. The main content area contains several news articles, including 'Kanzler Scholz liefert ehrliche Antwort auf Frage nach steigenden Preisen' and 'Britischer Premierminister Johnson tritt als Parteichef zurück'. The sidebar on the right contains a 'Service' section with various links and a 'Rab' logo.



Slovenija

REPORT – Slovenija

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks (total all subjects included)	Clicks	Impressions	CTR (%)
Slovenia					Report	
Siol.si	Billboard banner	970x250	90,000 impresija	43	22,574	0.19%
Delo.si	Half page banner	300x600	50,000 impresija	14	11,957	0.12%
Aktivni.si/Metropolitani.si	Mobile banner	300x250	53,000 impresija	23	12,850	0.18%
Linker	Native ad	Tekst+foto	2000 klikova	500	834,183	0.06%
TOTAL SLOVENIA				500	884,564	

Ukupan broj klikova: 667
Ukupan broj impresija: 1,105,209



AD SERVER REPORT / Siol.net / Billboard



Display Performance

CLIENT	TYPE	CAMPAIGN	MEDIA	LINEITEM	TRACKING	CONV
(SD) TZ Kvarner	Multiple selection (3)	Kvarner 2022	Siol.si	All	-- Advertiser Defaults --	Generate
TRACKED ADS	VEHICLE AND FINANCIAL VERIFIABILITY	CLICKS	CTR (%)	CONVERSIONS	CONV (%)	
87.809	50,36%	148	0,17%	0	0,00%	

Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/adgroups Other

CRES

☒ Banner/adgroups	☒ Tracked Ads	19.932	Unique Tracked Ads	19.932	Clicks	31	CTR (%)	0,16%	Conversions	0	COV (%)	0,00%	Sales	0,00
☒ 9700250 CRES														



AD SERVER REPORT / Delo.si / Half page banner



Display Performance

Custom 28.6.2022 - 11.7.2022

CLIENT	TYPE	CAMPAIGN	MEDIA	LINE ITEM	TRACKING	Generate
SD)TZ Kvarner	Multiple selection (3)	Kvarner 2022	Delo.si	All	--Advertiser Defaults--	
TRACKED ADS						
48,411	VIEWABLE RATE (%) FOR AD VISIBILITY	55	CTR (%)	CONVERSIONS	COV (%)	
	61.859%		0.11%	0	0.00%	

Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/Adgroups Other



cre

Banner/Adgroups	Tracked Ads	Unique Tracked Ads	Clicks	CTR (%)	Conversions	COV (%)	Sales
SL_Creat_300x600-1	12,273	12,273	12,273	18	0	0.00%	0.00



S.T.A.R. Digital d.o.o. © 2022

AD SERVER REPORT / Aktivni-Metropolitan / Mobile banner



Display Performance

Custom 28.6.2022 - 11.7.2022

CLIENT	TYPE	CAMPAIGN	MEDIA	TRAFFIC	TRACKING	
(50) TZ Kvarner	Multiple selection (3)	Kvarner 2022	Aktivni.si/Metropolitan.si	all	-- Advertiser Defaults --	Generate
TRACED Ad	VISIBLE & ACT (%) FOR AD VISIBILITY	CLICKS	CTR (%)	CONVERSIONS	COV (%)	
51.923	48.10%	118	0.23%	0	0.00%	

Campaign Type Campaign Media Line Item Banner/AdGroups Other

CTES

☒ Banner/Adgroups	☒ Tracked Ads	13.107	☒ Unique Tracked Ads	13.107	☒ Clicks	28	☒ CTR (%)	0.21%	☒ Conversions	0	☒ COV (%)	0.00%	☒ Sales	0.00
☒ SL_Camp_200220														





Izveštaj o izvedbi kampanje

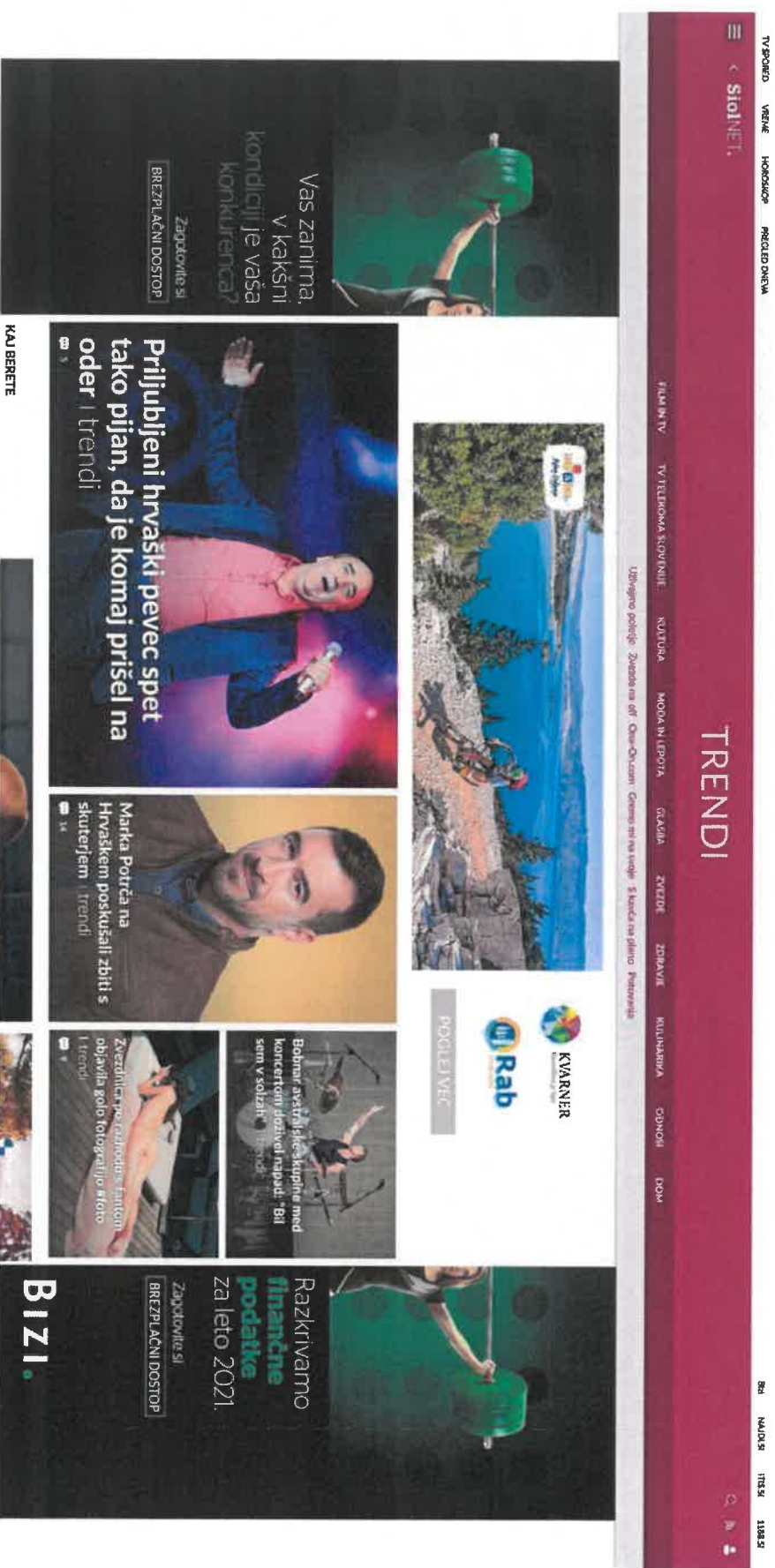
FORMAT	PRIKAZIVANJA	KLIKOV	CTR	KONV.
Sponsored ad in a commercial widge	3 818 032	2 000	0,05%	0

Pregled oglasa i statistike

OGLAS	Sponsored ad in a commercial widge	PRIKAZIVANJA	KLIKOV	CTR	KONV.
	Dobrodošli na srečnem otoku srečnih ljudi! Zgrabite veslo, sedite na kolo, hodite – poiščite aktivnost, ki vam je všeč	834 183	500	0,06%	0
	Čudoviti zalivi, osamljene plaže in čisto morje - vse, kar potrebujete za poletno sprostitev, najdete na Cresu	1 021 081	500	0,05%	0
	Opatija, šarmantno primorsko mesto z bogato zgodovino in kulturo, je oaza številnih prečudovitih lokacij – Dobrodošli!	1 079 457	500	0,05%	0
	Crlikveniška riviera predstavlja enega izmed najbolj slikovitih delov obale Jadranskega morja – Dobrodošli!	883 311	500	0,06%	0



Format:
970x250 Rab





Format:
300x600 Rab

Novice

Gospodarstvo

Mnenja

Šport

Kultura

Kresnik

Magazin

Sobotna priloga

Nedelo

Slovenija

Lokalno

Svet

Znanosteh

Okolje

Črna kronika

Q

U

Bolj ko smo fit, lažje prenašamo vročino

Pogovor s fiziologinjo, ki preučuje vpliv vročinskih valov na ljudi, in k raziskavi vabi vse družine.



Odjuri galerijo

Do leta 2020 naj bi bila v povprečju enajst vročinskih valov na leto, do leta 2050 pa kar devetnajst. FOTO: Jure Eržen/Delo



POGLEJ VEČ

Najnovejše

11.32. **EPIDEMIOLOŠKA**
PRIPOROČILA IN UKREPI /
Nova posvetovalna





Format:
300x250 Rab

≡ **aktivni.si**



Znan je razplet reševalne akcije: kje so naši nesrečnega planinca?
danes ob 12u3



[illegible]

Slovačka

REPORT – Slovačka

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks (total all subjects included)	Clicks	Impressions	CTR (%)
Report						
Slovakia						
Pravda.sk	Desktop + mobile banners	300x600, 300x250	300,000 impresija	331	323,545	0.10%
Programmatic / Travel audience	Standard banners	300x250, 160x600, 728x90, 300x600	est.170.000- 260.000 impresija	267	275,998	0.10%
TOTAL SLOVAKIA				598	599,543	

Ukupan broj klikova: 598
Ukupan broj impresija: 599,543



AD SERVER REPORT / Pravda.sk / Banners



09/12 Banner

Banner 2022

Campaigns

Orders

Live Items

Banners

Tags

Site Tracking

Alerts & Reports

Advertisers

Search

Analytics

Custom Reports

Customer Journey

Data Exports

Tracking Files

CTR

Client

(S) IZ Kvarner

Type

Multiple selection (3)

Campaign Status

Active

Campaign

Kvarner 2022

Media

Pravda.sk

Line Item

All

Tracking

- Advertiser Defaults -

Custom

24.6.2022 - 24.7.2022

Download

Sheet

Table

Page: 1 100

Rows per page: 10

Line Item

Kvarner 2022_2vkl_Pravda_SK_banners

Tracked Ads

323,545

Clicks

331

CTR (%)

0,10%

Total:

323,545

331

0,10%

Rows per page: 10

* - One advertiser has been removed from the report due to a missing data. Please cover on a header to see the original information.

The data in this report is in UTC+2:00



AD SERVER REPORT / Programmatic SK / Standard banners



Q1 22 Kvarner
Kvarner 2022

CampaignsOrdersLine ItemsBarriersTagsSite TrackingStats & ReportsAdverts Flow

Search

AnalyticsCustom ReportsCustomer JourneyData ExportsTracking Filters

Custom6.6.2022 - 31.7.2022

Client(SD) TZ KvarnerTypeMultiple selection (3)Campaign StatusActiveCampaignKvarner 2022MediaProgrammatic SKLine ItemAllTracking--Advertiser Defaults--Generate

SheetTable

Page: 1 / Prev1Next

Line Item	Tracked Ads	Clicks	CTR (%)
Kvarner 2022_2xw1_Programmatic_SK_standard banners	275.998	267	0.10%
Total:	275.998	267	0.10%

Page: 1 / Prev1Next

Rows per page: 10CTR (%)0.10%Rows per page: 10

The data in this report is as of 01.07.2022.



Address bar: [http://www.example.com](#)

Page title: **Example Page**

Content area:

Footer: © 2024 Example Corp.

Spray Zahradní Šport Auto Koktail Zdravie Zems Varenie Ulicovna TV Oranžada Blog

EKONOMIKA Lurida Firiny a tany *Antananarivo* Kujina Ekiokijina

VŠETKY SEKCE

Bez reklamy

17 at 73 °C. 8.7. - Ivan



References



„Aké prestaneme dostávať plyn z Ruska, aktuálne uskldňujeme množstvá budú postačovať len na jeden alebo dva mesiace“, povedal Klaus Müller, prezident spoločnej sieťovej agentúry. Spotrebiteľia „utrpia šok“, keď dostanú list od svojej dodávateľa energie s účtom asi trikrát vyšším ako zvyčajne, ďalej.



Nemecko prechádza najhoršou energetickou krízou od rotného šoku roku 1973, píše *Financial Times*. Dôvodom je, že Rusko od pokovice jina dramaticky znížilo svoje dodávky plynu plynovodom Nord Stream 1. Ten spája Rusko priamo s Nemeckom. Teraz však nim prúdi plyn iba zo 40 percent kapacity potreba.





Format:
300x600 Kvarner

The screenshot shows a web browser displaying the Pravda.sk website. The main content area features a large advertisement for BMW 5 Series, titled "NESPÚTANÝ VÝKON. TERAZ 50 BMW INDIVIDUÁL LAKOV ZA ŠPECIÁLNU CENU." with a "Zistiť viac" button. Below the ad, there are several news articles and a sidebar with various links and a search bar. The browser interface includes a search bar, navigation links, and a sidebar with various links and a search bar.



ADVERTISING / Programmatic SK / Standard banners / Screenshots



Format:
300x600 Kvarner

The screenshot shows a news website with a sidebar on the left and a main content area. A red box highlights a banner for Kvarner. The banner has a dark background with two people in a boat. The text on the banner reads: "Kvarner Chorvatsko" and "VIAC". Below the banner, there is a small text box that says "Kvarner Chorvatsko" and "VIAC".

News headlines visible on the page include:

- VIDEO: Co oznobil v prospech samospráv? Prešovskí generálni námestníci
- VIDEO: Mladí Slováci sa stávajú v autobusoch Real Centre. Vybuch radosť a smútok v očiach
- Čo sa spája pre udeľovateľov? Černý domček a rany medzi vlnami státo v poriadkoch?
- Byvalý japonský premiér sa stal obeťou atentátu. Páneli po deň hľadajú a krúžia v nepoznanej zemi
- Medzi výhodami a škodami ústami sa pohybuje masový. Moje je odpoveď na príklad, ľudia ústami
- VIDEO: Co oznobil v prospech samospráv? Prešovskí generálni námestníci
- VIDEO: Mladí Slováci sa stávajú v autobusoch Real Centre. Vybuch radosť a smútok v očiach
- Čo sa spája pre udeľovateľov? Černý domček a rany medzi vlnami státo v poriadkoch?
- Byvalý japonský premiér sa stal obeťou atentátu. Páneli po deň hľadajú a krúžia v nepoznanej zemi
- Medzi výhodami a škodami ústami sa pohybuje masový. Moje je odpoveď na príklad, ľudia ústami

NAJNOVŠIE SPRÁVY

- Kráľovská (139) zavraždená na Uvaginje. Bopula len 3 týždne. Smeť našla v novom bopu
- Štredná sa rozbila. Ako zabíjať? Kdekoľvek nová kvalifikácia zmluvy. Smeť našla v novom bopu
- Čo sa spája pre udeľovateľov? Černý domček a rany medzi vlnami státo v poriadkoch?
- SHMU upozorňuje na nový vln. V mnohých očiach na západu Slovenska pohl' vystrela
- V očiach zavraždenia dva príklady náležejú zmluvám medzi tými vlnami. Výsledok hľadajú odvážne
- Zdravotníkom s masami odloží trpasľov. Lanovky a zml' Hrubá ponáhľajú domov. Kdekoľvek
- Viac ľudí

VIAC

Kvarner Chorvatsko

VIAC



Format:
160x600 Kvarner

The screenshot shows a web browser displaying a 160x600 banner for Kvarner. The banner is titled "Kvarner Chorvatsko" and features a scenic view of the coast. The browser interface includes a top navigation bar with links like "Novinky", "Aktuality", and "Sport". A sidebar on the left contains a weather forecast for Bratislava and a list of articles. The main content area displays a large yellow banner for "Kričkové paradajky" (cherry tomatoes) with a -45% discount, and a section titled "MANAŽER MONTREALU PREZRADIL, PREČO SI VYBRAL SLAPKOVSKÉHO".





Format:
160x600 Kvarner

Pravda Správy Záhada Šport Auto Kariéra Zdravie Žena Varenie Užitočná TV Pravda Blog

UŽITOČNÁ PRÁVA Právny kompas: Účady práce po celom Slovensku v týchto dňoch prijímajú žiadosti o poskytnutie jednorazového príspevku 100 eur v rámci inštačnej pomoci, ktorú vláda adresovala výhranným skupinám ľudí na zmiernenie následkov v súčasnosti rastúcej inflácie, a tým aj životných nákladov. O sto eur ale musíte požiadať. Osoby z vládou určených skupín môžu žiadosť podať e-mailom alebo priamo na príslušnom úrade práce v mieste svojho bydliska až do konca augusta tohto roka. Osoby, ktoré sa starajú o nezaopatrené dieťa s ťažkou zdravotnou nezpůsobilosťou zdravotným stavom vo veku 6 až 18 rokov, tak môžu urobiť až do 30. septembra. Ale pozor, na žiadosti podané po uvedených termínoch sa neprihladá.

FINANČNÉ REBRÍČKY

- Porovnať podielové fondy
- Porovnať dôchodok (2. pilier)
- Výlepsi si svoj dôchodok (3. pilier)
- Porovnať hypotéky
- Porovnať termínované vklady
- Porovnať sporčenia
- Porovnať pôžičky / autouvery
- Porovnať bežné účty
- Porovnať kreditné karty
- Porovnať dlhopisy

Pravda.sk

15:36 08/07/2022



Format:
728x90 Kvarner

The screenshot displays a web browser window with a banner advertisement for Kvarner. The banner is 728x90 pixels and features a red border. Inside the banner, there are three main sections: a top section with a blue background and white text 'ANIČKA' and '30. 7. 2022', a middle section with a black background and white text 'Kvarner', and a bottom section with a blue background and white text 'Kvarner'. The banner is displayed on a website with a dark header and a light footer. The browser's address bar shows 'http://quillbot.com/'. The browser's taskbar shows various icons including a globe, a folder, and a clock. The system tray shows the date '08/07/2022' and the time '13:20'.



Mađarska

REPORT – Mađarska

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks (total all subjects included)	Clicks	Impressions	CTR (%)
Hungary					Report	
CPC Network	Desktop + mobile banners	728x90, 300x250, 468x120	3500 klikova	3,937	6,049,650	0.07%
Display Network	Desktop + mobile banners	970x250, 300x600, 640x360, 300x250	180,000 impresija	397	222,222	0.18%
TOTAL HUNGARY				4,334	6,271,872	

Ukupan broj klikova: 4,334
Ukupan broj impresija: 6,271,872



AD SERVER REPORT / CPC network / Banners



100% 12 Months
Kramer 2022

Campaigns

Orders

Line Items

Placements

Tags

Site Tracking

Stats & Reports

AdServer Flow

Search

Analytics

Custom Reports

Customer Journey

Data Exports

Tracking Filters

CTR

24.6.2022 - 24.7.2022

Client	Type	Campaign Status	Campaign	Media	Line Item	Tracking	
(SP) TZ Kramer	Multiple selection (3)	Active	Kramer 2022	CPC Network HU	All	--Advertiser Defaults--	
Table							
Page: < Prev 1 Next >							
Line Item							
Kramer 2022_2xwL_CPC Network_HU_Banners							
Total							
Page: < Prev 1 Next >							
Rows per page: 10							
CTR (%)							
6,049,650							
3,937							
0,07%							
3,937							
0,07%							
Rows per page: 10							



AD SERVER REPORT / Display network / Banners



100% TZ Kvarner
Kvarner 2022

CampaignsOrdersLine ItemsBannersTagsSite TrackingStats & ImportsAdform T Low

Search: AnalyticsCustom ReportsData Export: Tracking Filters

Custom24.6.2022. - 24.7.2022.

CTR

ClientISD/TZ Kvarner

TypeMultiple selection (3)

Campaign StatusActive

CampaignKvarner 2022

MediaDisplay Network HU

Line ItemAll

TrackingAdvertiser Defaults --

Control

Sheet

Table

Page: 1 Prev 1 Next

Line Item	Tracked Ads	Clicks	CTR (%)
Kvarner 2022_2val_DisplayNetwork_HU_banners	222.222	397	0.18%
Total:	222.222	397	0.18%

Page: 1 Prev 1 Next

Rows per page: 10

Rows per page: 10

This statistic indicates that a website or a dimension has been removed from its original table. Make sure to use the original data table.

This data is the report is in (UTC+02:00).





Format:
300x250 Kvarner

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.blikk.hu>. The page is the Blikk homepage, featuring a large main article about a 100,000 forint banknote and several smaller news items. A 300x250 Kvarner banner is visible in the top right corner of the page content.

Banner Text:

Moderat koncert Budapes

Csajji le a Moderat koncert jegyekre a Park oldalán

Main Article:

Itt vannak a friss bémelkedési adatok: mutatjuk, ennyi most az átlagkereset Magyarországon

Other News Items:

- Strand:** Szakértőszakok rejtekéből készíthetjük felvételét a perverz: négy éven át kukkoltak a strand vendégeit
- Egyszerűség:** A szülőfényképeken üzent Róvász Sándor: „Nagyon jól érzem magam”
- Vírusos Vb:** Megszóltak Anita Alvaroz, amerikai színtrónusú, aki szertén eszméletét veszítette a medencében

News List:

- 13:36** Meggyes receptekkel vághatunk bele a nyávégebe
- 13:18** Nukleáris katasztrófa készülnek Romániában: tengeret jódabberít vásároltak meg
- 13:08** Atomjaira tört egy kisautó az M-es autópályán - döbbenetes fotók
- 12:56** Varga Judit: Magyarország a környezetvédelmet elsődlegesnek tekinti

Bottom Banner:

Budapes

Csajji le a Moderat koncert jegyekre a Park oldalán

Footer:

29°C 14:00 2022.06.24.



Format:
728x90 Kvarner

Top márkák
5-40%

Kvarner Horvátország

Kvarner

Csobot Adél és Istenes Bence kapcsolatában voltak hullámvölgyek ezt nem is tagadják. Hosszú ideig nem is raktak ki olyan képeket közösségi oldalakra, amelyen együtt vannak. Aztán pár hete újra jött egy adag biciklizős családi kép. Most pedig nyaralás van soron. Bence [Instagram-sztoriban](#) megmutatta, hogy vonatoztak, bicikliznek, fürdenek a Balatonnál. Adél pedig egy mosolygós, békés, hatalmas szeretet sugárzó fotóval árulta el hol és hogyan is lazítanak, hogy is vannak most ő és Bence.

Kvarner Horvátország

Kvarner

Horvátország EZA 3 CSILLAGJEGY LEGDOLGOSABB MINDENKI KÖZÜL

Kiderült, Berti Krisztián ezt a súlyos örökséget hagyta maga után

Rágen elképzelhetetlen volt nálküla a húsleves. mára feledésbe merült. Ősi magyar fűszer, ami valódi életelixír

CCC

adelcsobot 40K followers

View profile

Írjon ide a kereséshez

29°C 2022. 06. 24. 14:03





Format:
468x120 Kvarner

The screenshot displays a web browser interface with multiple tabs open. The active tab shows a page from Glamour magazine. The page content includes a large image of a woman's face, a section titled 'GLAMOUR', and a list of categories: SZÍÁROK, DIVAT, SZEPSEG, ÉLETSTILUS, and GLAMOUR UNIVERZUM. Below this is a comment section with 56,555 likes and a 'TUDJ MEG TÖBBET' button. At the bottom of the page, there is a Coca-Cola advertisement with the text 'SOSINCŐS HOZZÁ TUL KESŐ...' and a small banner for 'RADIROZÓ HATÁS'. The browser's address bar shows the URL 'https://www.glamour.hu/sziahirek/brad-pitt-visszavonul-a-szinesz-szerint-kozelg-a-veg/gyzndyf'. The browser's taskbar at the bottom shows the date '2022.06.24' and the time '14:06'.



Format:
640x360 Kvarner

ion - kampi
444.hu/2022/06/24/a-benzinre-rakott-arsapka-miatt-ugy-hajljuk-az-autokat-mintha-nem-lenne-az-egyekben-az-uzemanyva...
Log In Failed
Google Ad Manage...
kamp
Új lap

NEZZ BE A KÖZBE!

A KÖR CIKKEI egy napján
Olvasd vissza a díjazott tartalmakat!

MEGJEGYZÉS

Főcíki
Szorovecz Illes

A bolgárok megdöntötték magukat, visszavonják az Észak-Macedónia és Albánia EU-csatlakozását akadályozó vétőt

Tovább bővíthet a bővítés az Európai Unióban.
Gazdasági és Európai Unió - június 24. péntek, 13:58

Kvarner Horvátország

Kvarner

Több országban is gondolkodnak azon, hogy bizonyos csoportok fogyasztását ideiglenesen korlátozni kellene - mondjuk a személyautókra bevezetett fejadagrendszerrel. Hernádi Zsolt Mol-vezér is arról beszél, nemrég egy interjúban, hogy muszáj csökkenteni a fogyasztást. „Egyre gyakrabban hangzanak el javaslatok, mint a tömegközlekedés támogatása, a nagyvárosi autótársaságok hálójának a részvételének megújításának támogatása”

Írjon ide a kereséshez

29°C
14:09
2022. június 24.





Format:
970x250 Kvarner





Format:
300x600 Kvarner

The screenshot displays a web browser window with a 300x600 Kvarner banner advertisement. The banner is positioned at the top of the page, featuring a scenic view of a coastline with a boat and the text "Kvarner Horvátország". Below the banner, there are two articles: "Egy abortusztörvénybe kell belehalnia Andrea Prudente-nek?" and "Az ágyban csak az a természetellenes, amit nem teszünk meg?". The browser interface includes a search bar, navigation buttons, and a taskbar at the bottom showing the date and time.





Format:
300x250 Kvarner



Češka

REPORT – Češka

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks (total all subjects included)	Clicks	Impressions	CTR (%)
Czech Republic			Report			
Seznam.cz	Wallpaper	480 x300	300,000 impresija	1,050	381,428	0.28%
Super.cz	Banner	491x555 px	360,000 impresija	430	395,560	0.11%
TOTAL CZECH				1,480	776,988	

Ukupan broj klikova: 1,480

Ukupan broj impresija: 776,988



AD SERVER REPORT / Seznam.cz / Banners



Seznam.cz Kvarner 2022

Search

CampaignsOrdersLine ItemsBannersTagsSite TrackingStats & ReportsAd Item Flow

AnalyticsCustom ReportsTracking Filters

Customer JourneyData Exports

Custom28.6.2022 - 25.7.2022

🔍

CTR

Client(SD) TZ Kvarner

TypeMultiple selection (3)

Campaign StatusActive

Mediasseznam.cz

Line ItemAll

TrackingAdvertiser Defaults

Generate

Table

Page: 1 / 1

Line Item

Kvarner 2022_2x1l Seznam_CZ_wallpaper

Tracked Ads381.428

Clicks1.050

CTR (%)0,28%

Rows per page: 10

Page: 1 / 1

Total:

Tracked Ads381.428

Clicks1.050

CTR (%)0,28%

Rows per page: 10

⚠️ Also, external verification that a method or a different one has been recognized from a's original file. Please note on a header to see the original description.

The data on the report is in UTC+2:00.



The data in the report is in FULL-ORIGINAL

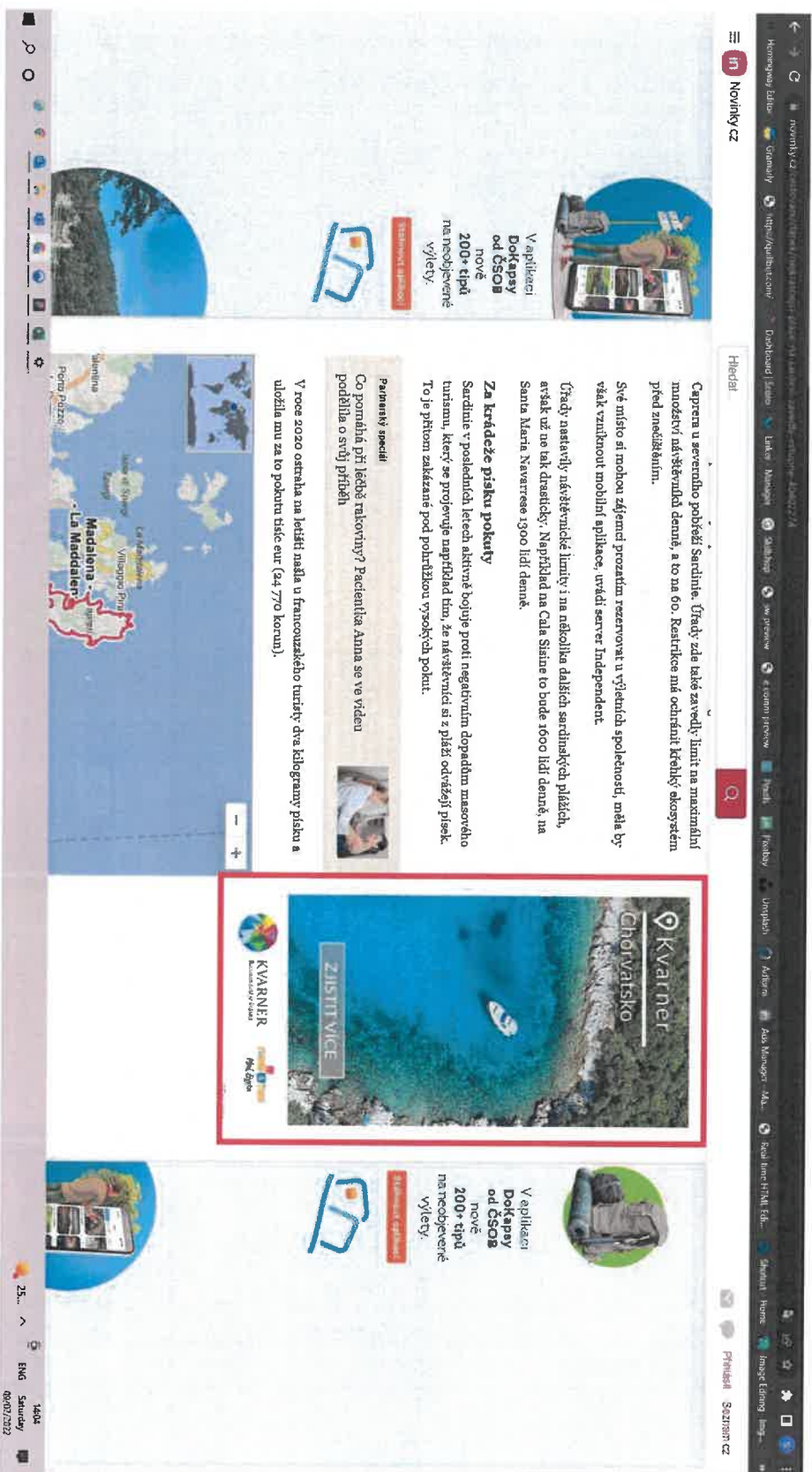


Format:
300x250 Kvarner





Format:
300x600 Kvarner



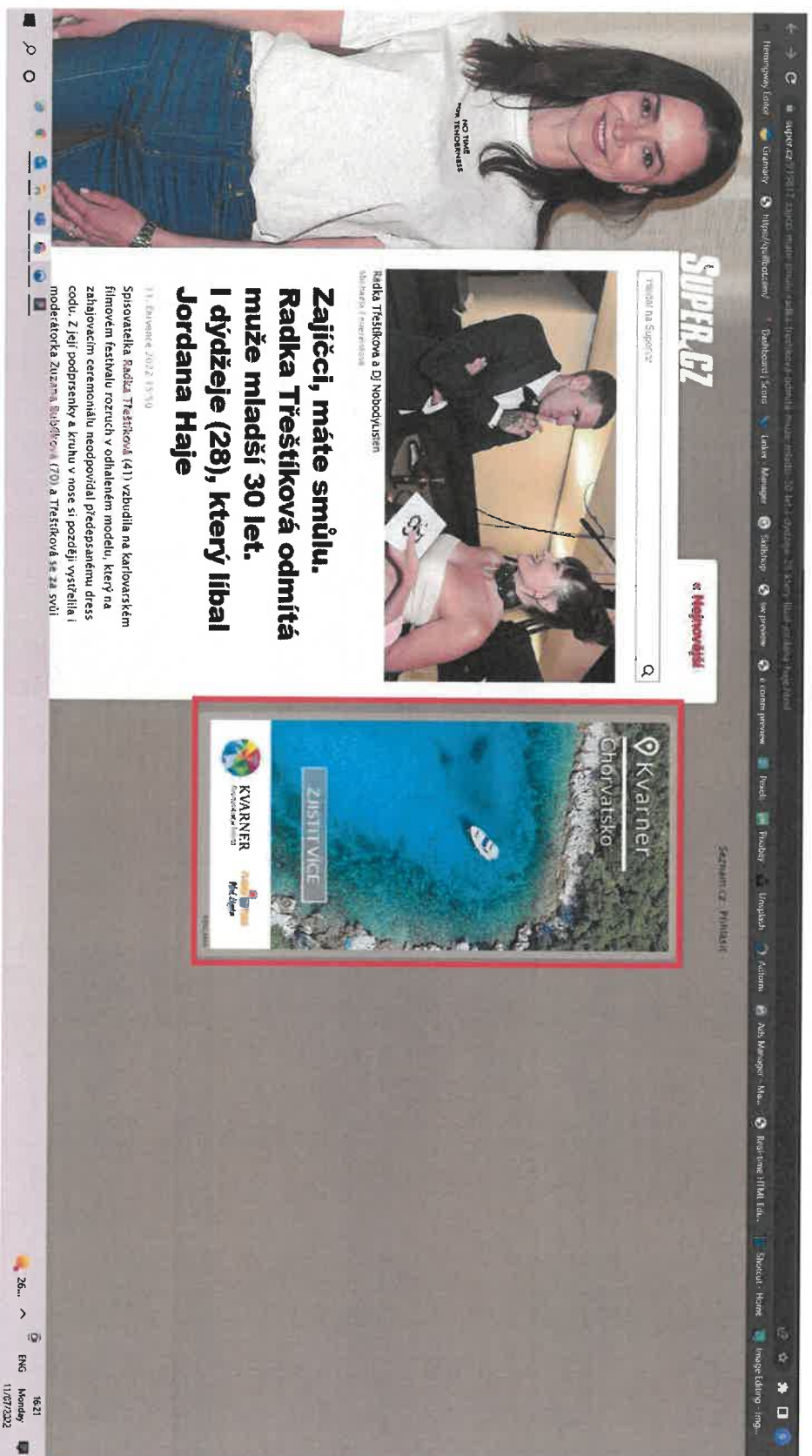


Format:
300x250 Kvarner





Format:
300x600 Kvarner



O nama

AWARDS & RECOGNITIONS



S.T.A.R.
DIGITAL

360
marketing
performance
solutions



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 airliners 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.

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.

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

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.







Client:
Campaign name:
Date:
SD Account:

T2 Rab
Kvarner 2022, 2.val
28.09.2022.
Martina Suknaic(martina.suknaic@stardigitalgroup.com)

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks (total all subjects included)	Clicks	Impressions	CTR (%)
Germany						
Holiday Check	Display ads	300x250, 728x90, 160x600	500,000 impresija	41	82,387	0.07%
Web.de	Standard banners	160x900, 300x250, 728x90	1500 klikova	173	741,357	0.02%
Native ad network	Native ad	Tekst+foto	1451 klikova	1,862	797,475	0.23%
TOTAL GERMANY				2,076	1,601,219	
Austria						
Wetter.at	Baner	Mobile understija	150,000 impresija	154	44,099	0.35%
GMX.at	Standard banners	160x900, 300x250, 728x90	2,000 klikova	345	896,407	0.04%
Programmatic / Travel audience	Standard banners	160x900, 300x250, 728x90	est. 330,000 - 380,000 impresija	23	73,122	0.03%
TOTAL AUSTRIA				522	1,013,628	
Slovenia						
Slo.si	Billboard banner	970x250	90,000 impresija	43	22,571	0.19%
Delo.si	Half page banner	300x600	50,000 impresija	14	11,957	0.12%
AktivnostiMetropoliten.si	Mobile banner	300x250	53,000 impresija	23	12,850	0.16%
Linker	Native ad	Tekst+foto	2000 klikova	500	834,183	0.06%
TOTAL SLOVENIA				580	881,561	
Slovakia						
Pravda.sk	Desktop + mobile banners	300x900, 300x250	380,000 impresija	331	323,545	0.10%
Programmatic / Travel audience	Standard banners	300x250, 160x900, 728x90, 300x600	est. 170,000- 260,000 impresija	267	275,998	0.10%
TOTAL SLOVAKIA				598	599,543	
Hungary						
CPC Network	Desktop + mobile banners	728x90, 300x250, 468x120	3500 klikova	3,937	6,049,650	0.07%
Display Network	Desktop + mobile banners	970x250, 300x600, 640x360, 300x250	180,000 impresija	397	222,222	0.16%
TOTAL HUNGARY				4,334	6,271,872	
Czech Republic						
Seznam.cz	Wallpaper	480 x300	300,000 impresija	1,050	361,428	0.28%
Super.cz	Banner	491x555 px	360,000 impresija	430	395,560	0.11%
TOTAL CZECH				1,480	776,988	
TOTAL ALL MARKETS				9,990	11,144,811	

TZ grada Raba Online kampanja 2022

Dokaznice i reporti



REPORT - Austrija i Slovenija



S.T.A.R.
Digital

Client:
Campaign name:
Date:
SD Account:

Investicijska zajednica grada Pabre
Online kampanja 2022
24.01.2023.
Ana.Kovacevic@star.digitalgroup.com

Media	Creative	Size	Impressions/Clicks	NotG/Valido EUR	Clicks / Reach	Impressions	CTR 1d	Reach	Time spent	Delivery %	Media Spend Netto MAX
KONJAT	PR Canal	1600 x 1000px	900.000 Impressions	EUR 6.052.16	12.542	/	/	62.34	104%		46.650.00 EUR
	Trailer	630x350 px			2.255	679.113	0.28%	/			
	Banner	300x250 px			614	259.059	0.24%	/			
TOTAL ADVERTISING				EUR 6.052.16	46.650.00 EUR						
SLOVENIA	PR Canal	1600 x 1000px	100.000 banner impressions	EUR 2.017.39	6.226	/	/	62.41	111%		15.230.00 EUR
	Banner	320x40, 450x40			2.171	110.659	1.95%	/			
AUSTRIA	PR Canal + PR profile + banner banner	1600 x 1000px + 320x180	100.000 banner impressions	EUR 1.516.86	439	101.792	0.43%	/	102%		11.450.00 EUR
LYNET ST	Netto ogive	Netto + Reach	4.150.18799	EUR 2.003.04	4.151	12.052.561	0.03%	/	100%		15.770.00 EUR
TOTAL SLOVENIA				EUR 5.027.29	42.390.00 EUR						
TOTAL AUSTRIA				EUR 11.679.45	27.590.00 EUR						
TOTAL ALL MARKETS					77.590.00 EUR						

TOTAL OVERVIEW

We reserve the right to change prices and positions due to availability

Total excl. VAT:	EUR 77,590.00	Total incl. VAT:	EUR 103,998.51
VAT 25%:	EUR 2,979.00	VAT 25%:	EUR 24,998.70
Total incl. VAT:	EUR 14,599.31	Total incl. VAT:	EUR 103,998.51

Total number of reads: 18,262
Average dwell time: 03:07
Total number of clicks: 10,040
Total number of impressions: 13,208,214



REPORT – Programmatic Italia

S-T-A-R

DIGITAL

Client:

Campaign name:

Date:

SD Account:

Turistička zajednica Grada Raba

Online kampanja 2022 Programmatic

04.01.2023.

Ada Kovacevic (ada.kovacevic@stadigitalgroup.com)

Media	Creative	Size	Impressions/Clicks	Viewed/Clicks	Clicks / Reach	Impressions	CTR (%)	Time spent	Delivery (%)	Media Spend Netto (€)
Programmatic	Standard banners	160x60, 300x60, 300x90, 320x100, 728x90, 970x250	est 121 193 - 145 430 Imp.	EUR 728.65	2.637	312.992	0.84%	/	215%	5.490.00 kn
TOTAL ITALY				EUR 728.65						5.490.00 kn
Agency + technical fee 2%				EUR 14.57	109.80 kn					
TOTAL OVERVIEW										

We reserve the right to change prices and positions due to availability

Total excl. VAT: EUR 743.22

VAT 25%: EUR 185.81

Total incl. VAT: EUR 929.03

Total excl. VAT:

VAT 25%:

Total incl. VAT:

5.599.80 kn

1.399.95 kn

6.999.75 kn

Total number of clicks: 2,637
Total number of impressions: 312,992
CTR: 0.84%



Austrlija

REPORT – Austrija

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks	Netto/Netto EUR	Clicks / Reads	Impressions	CTR (%)	Time spent	Delivery (%)	Media Spend Netto HRK
Austria								Report		
Krone.at	PR članak	tekst + foto/video	900,000 impresija	EUR 6,052.16	12,042	/	/	02:34	104%	45,600.00 kn
	Teaser	630x356 px			2,535	673,113	0.38%	/		
	Baner	300x250 px			684	253,059	0.26%	/		
TOTAL AUSTRIA				EUR 6,052.16						45,600.00 kn

Total number of reads: 12,042

Average dwell time: 02:34

Total number of clicks: 3,279

Total number of impressions: 938,172

CTR: 0.35%



MEDIA REPORT / Krone.at / PR + teasers + baner

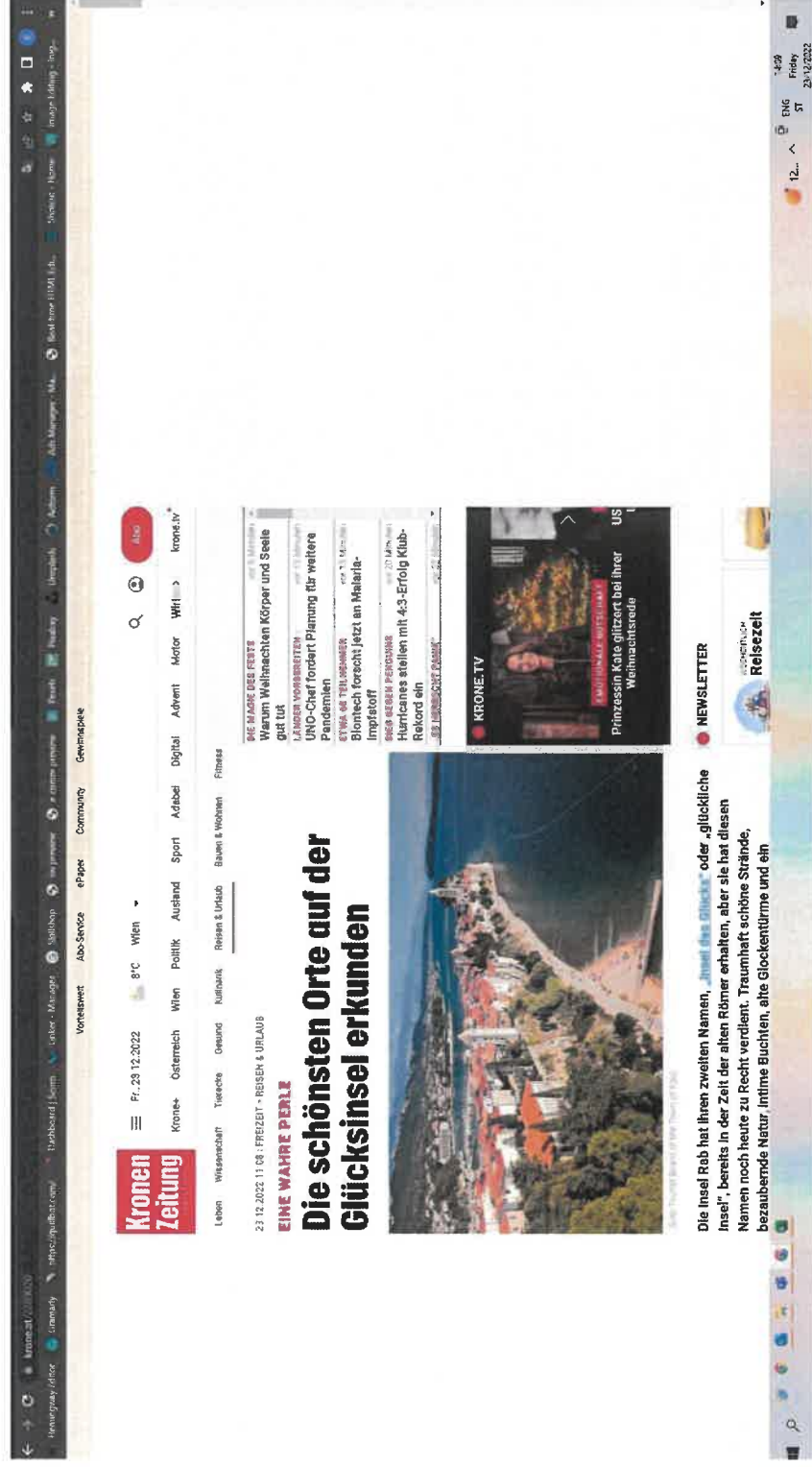


Status	Platform	Channel	Ad format	WN	Start	End	Remark	Price type	Units booked	Impressions delivered	Difference	Clicks	Clickrate	Delivered %
●	krone.at	ROS Mobile	Medium Rectangle m - 300x250 max. 150kb.html.jpg	51-52	21.12.2022	31.12.2022		TKP	250.000	259.059	9,059	684	0,26%	103,62%
●	krone.at	ROS Crossdevice (Desktop und Mobil)	Teaser c - 630x356.jpg Text: 22 Zeichen + 50 Zeichen + 130 Zeichen	51-52	21.12.2022	31.12.2022		TKP	655.883	678.113	23.230	2.595	0,39%	103,54%
Total				51-52	21.12.2022	31.12.2022			905.883	938.172	32.289	3.279	0,35%	
●	krone.at	Sonderfall Native	Editorial - Artikel auf krone.at 630x356.jpg Text: 22 Zeichen + 50 Zeichen + 130 Zeichen	51-52	21.12.2022	31.12.2022	Including Placement in https://www.krone.at/news	Fixprice	1.000	0	0			12,042 00:02:34
Total				51-52	21.12.2022	31.12.2022			1.000	0	0			12,042 00:02:34





Format:
PR članak





Format:
Banner 300x250

Krone Zeitung

Freizeit Leben Reisen & Urlaub Fitness Gesund

AMERICAN EXPRESS

**Exklusive Guthaben für eine
schöne Weihnachtszeit**

INSEL RAB
Ihr nächster Urlaub

VALENTIN FETZ (27): „Keiner hätte gedacht, dass ich



Slovenija

REPORT - Slovenija

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks	Netto/Netto EUR	Clicks / Reads	Impressions	CTR (%)	Time spent	Delivery (%)	Media Spend Netto HPK
Slovenija										
Slo.net	PR članek	tekst + foto/video	100,000 banner Impresija	EUR 2,017.39	6,220	1	1	03:41	111%	15,200.00 kn
	Baner	320x480, 480x488			2,171	110,663	1.96%	1		
Aktivni.si	PR članek + FB promo + Branding banner	tekst + foto/video + 320x480	100,000 banner Impresija	EUR 1,516.88	439	101,732	0.43%	1	102%	11,428.61 kn
Linker SI	Native oglas	foto + nativ	4,150 klikova	EUR 2,093.04	4,151	12,057,581	0.03%	1	100%	15,770.00 kn
TOTAL SLOVENIA				EUR 5,627.29						42,398.61 kn

Total number of reads: 6,220

Average dwell time: 03:41

Total number of clicks: 6,761

Total number of impressions: 12,270,042



Naslov članka: **Raziščite najlepše lokacije na otoku sreče**

Url članka: <https://siol.net/trendi/potovanja/raziščite-najlepse-lokacije-na-otoku-srece-595216>

Portal / sklop: Siol.net / Trendi

Objava: **23. 12. 2022**

Število branj: **6.220**

Povprečni čas na strani: **205 sec**

Prejeto: 12. 12. 2022, 15:34
Obratovanje: 1 ura, 2 dni

Raziščite najlepše lokacije na otoku sreče

Rabi je zbiranje najlepših lokacij in ogledov, ki jih lahko najdete na otoku sreče. To je mesto, kjer se lahko sprostite in uživate v naravi. Na otoku sreče lahko najdete tudi številne druge zanimivosti, ki jih lahko ogledate in si jih ogledate. To je mesto, kjer se lahko sprostite in uživate v naravi. Na otoku sreče lahko najdete tudi številne druge zanimivosti, ki jih lahko ogledate in si jih ogledate.



Rabi je mesto, ki se nahaja na otoku sreče. To je mesto, kjer se lahko sprostite in uživate v naravi. Na otoku sreče lahko najdete tudi številne druge zanimivosti, ki jih lahko ogledate in si jih ogledate. To je mesto, kjer se lahko sprostite in uživate v naravi. Na otoku sreče lahko najdete tudi številne druge zanimivosti, ki jih lahko ogledate in si jih ogledate.



MEDIA REPORT / Siol.net / PR + baneri



CTR

23.12.2022 - 31.12.2022

Client	Type	Campaign Status	Compuers	Media	Line Item	Tracking	Rows per page
(SD) TZ Rab	Multiple selection (3)	Active	Multiple selection (2)	Siol.net	All	-- Advertiser Defaults --	10
Table							
Page: 1 of 1							
Line Item	Tags	Tracked Ads	Clicks	CTR (%)			
SDG2022_TB_Rab_siol_banners	SDG2022_TB_Rab_siol_banners	110.659	2.171	1.96%			
Total:		110.659	2.171	1.96%			





CTR Campaign start to today 22.12.2022 - 31.12.2022

Client	Type	Campaign Status	Campaigns	Media	Line Item	Tracking	Tracked Ads	Clicks	CTR (%)
FSD/ TZ Rab	Multiple selection (3)	Active	All	Advertiser	All	--Advertiser Defaults --	101.792	439	0.43%
Sheet							Rows per page: 10		
Table									
Page: 1 / 1									
Line Item			Tag						
SOG2022_TB Rabo_aktivni_branding banner			SOG2022_TB Rabo_aktivni_branding banner				101.792	439	0.43%
Total							101.792	439	0.43%





Izveštaj o izvedbi kampanje

FORMAT	PRIKAZIVANJA	KLIKOV	CTR	KONV.
Sponsored ad in a commercial widget	12.057.581	4.151	0,03%	0

Pregled oglasa i statistike

OGLAS	Sponsored ad in a commercial widget	PRIKAZIVANJA	KLIKOV	CTR	KONV.
	Kaj dela Rab srečen otok? Obiščite ga in odkrijte sami	5.738.727	1.500	0,03%	0
	Odkrijte, zakaj Rab imenujejo "otok srečnih ljudi"	6.318.854	2.651	0,04%	0



Format:
PR članek

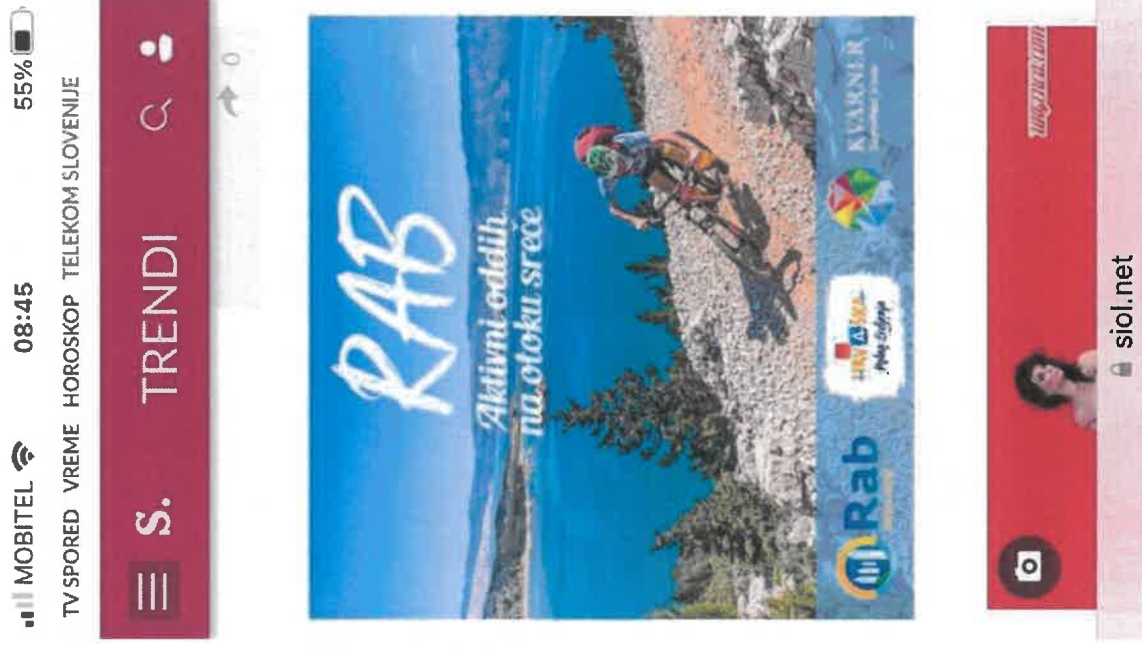


Format:
320x480





Format:
468x468



Format:
Facebook post

Aktivni.si

Published by EchoBox • 2h • 📶

Otok Rab je svoje drugo ime "otok sreče" ali "otok sreče" dobil že v času starih Rimljanov, a to ime upravičuje še danes. Čudovite plaže, očarljiva narava, intimni zalivi, stari zvoniki in odlična gastronomska ponudba - vse to je del otoka Raba.

AKTIVNIMETROPOLITANSI

Raziščite najlepše lokacije na otoku sreče

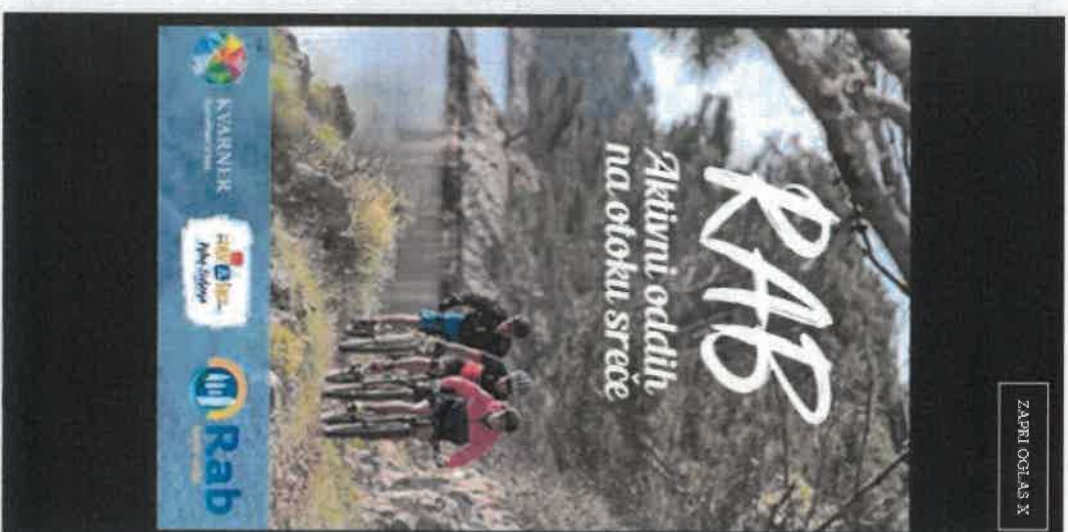
5,796 People reached	29 Engagements	-1.1x average Distribution score	Boost post
-------------------------	-------------------	-------------------------------------	------------

👍 Like
💬 Comment
➦ Share

🔥 4



Format:
320x480





Format:
Native oglas

Izšel je Telefonski imenik Slovenije 2023.
TIS

Kaj dela Rab srečen otok? Obiščite ga in odkrijte sami

Znano je, kdo bo v ožji ekipi redsednice Nataše Pirc Musar

Pripravite se na novo dimenzijo udobja. Linija Hugo je bila ustvarjena za dominantnega moškega v glanju

Naročite svoj brezplačni izvod.
NAROČI

NE SPREGLEJTE

ČASOVNI DEJELNIK
Najboljša novoletna večerja

NOVICE
Prizori opustošenja: ko vlak trči v 40-metrski betonski nosilec #foto

NOVICE
Rok Smečič odgovarja: Gre za davčno optimizacijo, ne davčno...

NOVICE
Izkupiček največjega avtogovorca: manj prodanih le še leta 1992

NOVICE
Američani v Evropo: visoke cene, pripeljalo ga vse do Avstrije

Linker

Koroška, ki je v osrčju šlo posnela erotična fotografija: sponzorja vrsto volivca v Ukralini

Kam odhaja Ronaldo? Sodeč po potezi Katančevega varovanca ni več dvomov!

Vedli nadzor nad Dončičem

Gladijska polt v 1. med. Ta rila presenet

Koroška, ki je v osrčju šlo posnela erotična fotografija: sponzorja vrsto volivca v Ukralini

Putin: Rusija bo dosegla vse svoje volivce v Ukralini

Koroška, ki je v osrčju šlo posnela erotična fotografija: sponzorja vrsto volivca v Ukralini



Format:
Native oglas

[illegible]

Italiija

REPORT – Italija

Website	Creative	Size	Impressions/Clicks	Netto/Netto EUR	Clicks / Reads	Impressions	CTR (%)	Time spent	Delivery (%)	Media Spend Netto HPK
Italy										
Programmatic	Standard banners	600x600, 300x250, 300x600, 320x100, 728x90, 500x250	est. 121.190 - 145.430 Imp.	EUR 728.65	2.637	312.992	0.84%	1	275%	5,490.00 kn
TOTAL ITALY				EUR 728.65						5,490.00 kn

Total number of clicks: 2,637
Total number of impressions: 312,992
CTR: 0.84%



MEDIA REPORT / Programmatic / Standard banners



CTR

Client: Multiple selection (2) Type: Multiple selection (3) Campaign: Multiple selection (2) Media: All Line Item: 2022/12 T2G Rabat 2022 Tracking: -- Advertiser Defaults --

Custom 22.12.2022 - 31.12.2022

Sheet

Table

Page: 1 of 1

Line Item	Tags	Tracked Ads	Clicks	CTR (%)
2022/12 T2G Rabat 2022	IT_160x600	722	11	1.52%
2022/12 T2G Rabat 2022	IT_300x250	48.130	154	0.32%
2022/12 T2G Rabat 2022	IT_300x600	6.606	80	1.21%
2022/12 T2G Rabat 2022	IT_320x100	253.270	2.343	0.93%
2022/12 T2G Rabat 2022	IT_728x90	554	2	0.36%
2022/12 T2G Rabat 2022	IT_570x250	3.710	47	1.27%
Total			2.637	0.84%

Rows per page: 10



Format:
300x250

Il ministero degli Interni lascia a casa gli interinali che lavoravano nelle prefetture. E rischia una pioggia di ricorsi e risarcimenti

di Franz Bissinger

CONTRATTI - Dopo due anni di lavoro mille dipendenti delle agenzie Gf Group e Manpower sono in scadenza il 31 dicembre

I RISCHI - I ritardi sulle pratiche aumenteranno e così i contenziosi e i risarcimenti a carico dello Stato

ISOLA DI RAB
La vostra più consona vacanza

il Fatto Quotidiano
SOSTIENI ORA

L'atmosfera del Natale abita qui.
Vieni a scoprirla!



Format:
300x600

[Dashboard / Ecco](#)
[Linker Manager](#)
[SkillShop](#)
[Live preview](#)
[e-comm preview](#)
[Pexels](#)
[Instagram](#)
[Unsplash](#)
[Adform](#)
[Ad Manager - Ma...](#)
[Real time HTML Ed...](#)
[Screenshot](#)
[Print](#)
[Image Editing](#)

ALTRA ATTIVITÀ DI CROMAGNA

Addio a don Gian Paolo Pizzorno, il prete che portava conforto ai malati

Caserta, carabinieri morso dal ladro che stava arrestando

Arriva l'ambulanza per un uomo e scatta la lite fra sanitari e familiari

Eliambulanza in attesa per un cancello chiuso: scoppia un caso

Furiosa rissa nell'outlet del centro commerciale

Lecce, minacce e persecuzioni alla ex compagna: arrestato

Addio al professor Vincenzo Ago, cultore di tradizioni religiose

All'alt degli agenti scappa e poi li aggredisce: arrestato

ESTERI

Covid, la Corea del Sud vara restrizioni per chi arriva dalla Cina

Covid, la Corea del Sud vara misure urgenti per chi arriva dalla Cina "imponendo restrizioni sui voli, requisiti di test e limitando i voli"

di Camilla Geronzi
10 Dicembre 2020

Nessun dialogo con Kiev, Lavrov bocchia la formula di pace di Zelensky: "È un'illusione"

di Maria Minicucci

Greta Thunberg contro il divo sessista Andrew Tate: la battuta "sulle dimensioni" è virale

di Camilla Geronzi

Bus contro camion in Corea del Sud: due morti

di Chiara Naldi

Papa Ratzinger: l'ex Pontefice è grave, ma le sue condizioni sono stabili

di Alberto Marzola

Il governo Netanyahu ottiene la fiducia della Knesset

di Camilla Geronzi

Covid, l'Ecdc condanna lo screening dei viaggiatori dalla Cina: "È ingiustificato"

di Maria Minicucci

ISOLA DI RAB
La vostra prossima vacanza

ALBERGO RAB
Rab
Rab
Rab

08:27
Friday
30/12/2022



Format:
970x250

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying 'http://pubblicita.rab.it/'. The page content includes a navigation menu with links like 'IN EVIDENZA', 'Qatar 2022: risultati', 'Qatargate', 'Caso Soumashoro', 'Le offerte del giornale', 'Automotive', 'La guerra in Ucraina', and 'Secondo Natura'. The main headline reads 'il Giornale.it' with a sub-headline 'Expomedia Eurostat Hybris: Get Your E-Ticket'. Below this is a large banner advertisement for Rab, featuring a scenic view of a coastal town and the text 'ISOLA DI RAB' and 'la vostra prossima vacanza'. The banner also includes the Rab logo and the text 'Rab Island - Caratteristici Servizi'. The article text below the banner discusses Meloni's political stance, mentioning 'Meloni a tutto campo: "Voglio una nazione ottimista e orgogliosa"' and 'Dal presidenzialismo al Pnrr, nella conferenza stampa-fiume di fine anno il premier rivendica i risultati: "Potevamo stare nella comfort zone, invece abbiamo fatto scelte coraggiose"'. The author is identified as 'Massimiliano Scari'. The browser's status bar at the bottom shows the time as 08:30 on Friday, 20/12/2022, and the language as ENG.

About us

AWARDS & RECOGNITIONS



S.T.A.R.
DIGITAL

360
marketing
performance
solutions



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.

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.

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

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.







Godišnje izvješće 2022.g.

TZG RAB



Izvješće pripremio: Goran Blažić

Ljubljana, 14.2.2023.

Promocijska kampanja (05.05.- 30.05.2022)

Opravljenе storitve po ponudbi:

EUR

E-mailing – baza Potnik.si, 205.000 prejemnikov

750,00

Web PR članek na www.objemi-hrvasko.si

300,00

Veliki predstavitveni „slider“ na www.objemi-hrvasko.si,
časovni zakup 3 mesece

500,00

Priprava in realizacija Facebook oglaševalne kampanje na slovenskem
tržišču, na doseg od 50.000 uporabnikov

300,00

Realizacija Google prikazne kampanje, več kot 800.000 prikazov
v Sloveniji

450,00

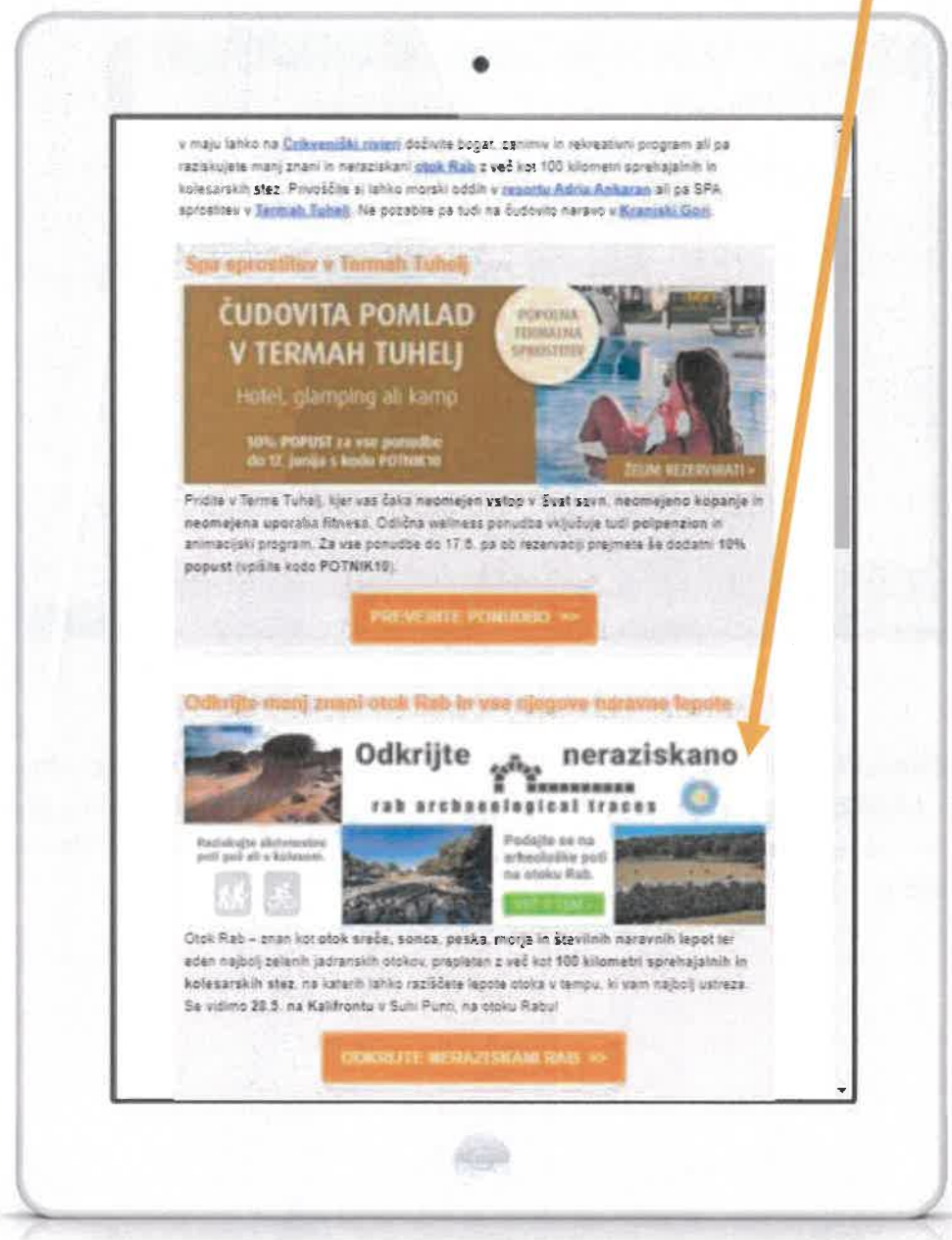
UKUPNO:

2.300,00



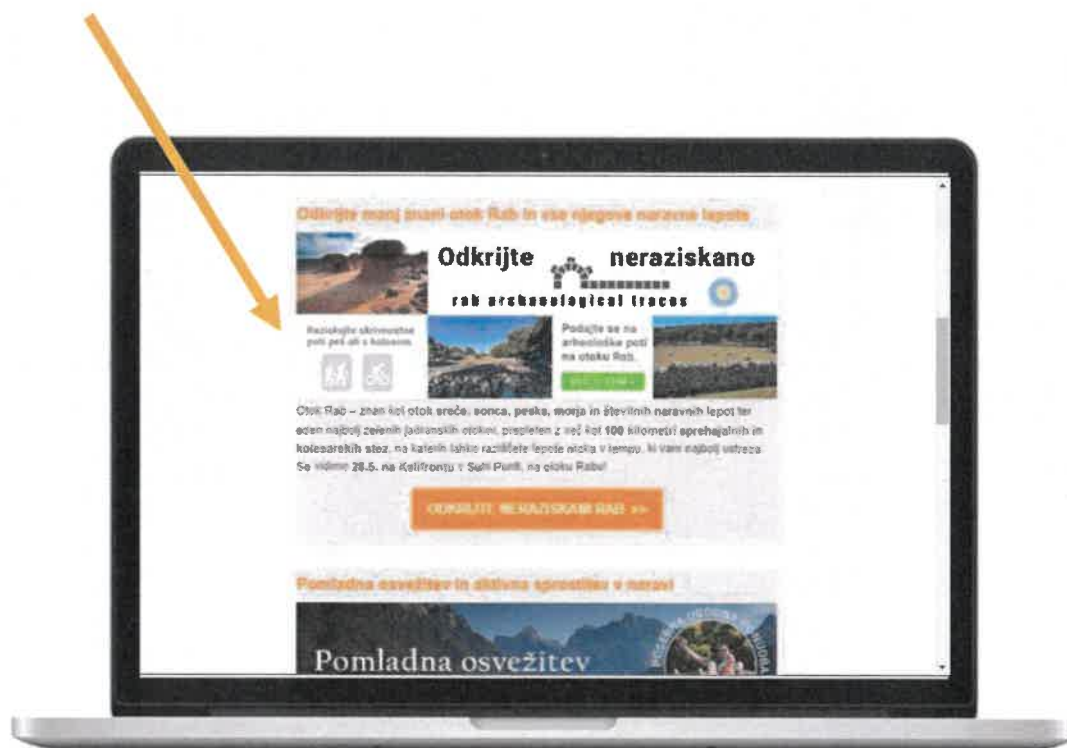
Statistika slanja mailinga

Mailing Potnik.si je bio poslan **05.05.2022.** na bazu Potnik.si Klub. Mailing je bio uspješno dostavljen na **204.076** e-mail adresa.



Statistika mailinga

Mailing sa nazivom **Preverite odlične spomladanske ponudbe oddihov in doživetij** je bio prikazan više od **65.047 puta**. Mailing smo opremili sa bannerom i linkom na našu web stranicu sa više informacija o vašoj ponudi i destinaciji.



Mailing je kliknulo i pročitao **60.202** različitih čitatelja (jedinstvena otvaranja), a otvorili su ga **65.047 puta**. Stupanj otvaranja (open rate) je bio **29,5%**. 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 članak smo napravili posebnu stranico na web stranici Potnik.si a možete ju vidjeti na linku: <https://www.potnik.si/odkrijte-manj-znani-in-neraziskani-rab/>

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



Potnik.si

Ideje za odlični

Ugodnosti

Destinacije

Nasveti

Zanimivosti

Intervjuji

Odkrijte manj znani in neraziskani Rab

29. april 2022

Deliti

Otok Rab – znani kot **otok sreče, sonca, peska, morja in številnih naravnih lepot** ter eden najbolj zelenih jadranskih otokov, prepleten z več kot **100 kilometri sprehajalnih in kolesarskih stez**, na katerih lahko raziščete lepote otoka v tempu, ki vam najbolj ustreza.



Najlečši del tega gozdnatega otoka je nedvomno **polotok Kalifront**, ki slovi po kraskem reliefu in razčlenjeni obali s številnimi prelepimi zalivi, skritimi v objemu borovih gozdov, kar je idealno za aktivne sprehajalce, v katerih lahko uživata.

Prijavi na e-novice

Prejemajte BREZPLAČNO e-revijo Potnik.si

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

Vaš email naslov *

Strinjanje s pogoji*

☐ Strinjam se s [pogoji varovanja in nameni obdelave](#) osebnih podatkov v skladu z GDPR.

Prijavi

Če želite prejeti e-novice, morate biti stari vsaj 16 let.

PREBERITE ŠE



Aktivna Nemčija
17. oktober 2022



Kako najbolje zamenjati denarno valuto?
16. september 2022



Vroče ponudbe za hladne zimske dni v hotelu Cerkno
1. oktober 2022



Romantični oddih v Termah

Statistika članaka

Mailing i s tim kratak tekst te link do članka je bio prikazan više od **65.047 puta**. Članak je kliknuto i pročitao **2.619 različitih čitatelja**, a otvoren je bio **2.968 puta**. Članak je bio vrlo zanimljiv i privukao je veliki broj čitatelja.

Na članku su se čitatelji održali u prosjeku **2:30 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 i Likeout.net, gdje imamo preko 185.000 pratitelja te na Objemi Hrvatsko FB, Instagram i Twitteru. Najave su dosegnule preko **30.000 korisnika** i više od 200 klikova.

 **Potnik.si**
Sponzorirano · 

Otok Rab – znan kot otok sreče, sonca, peska, morja in številnih naravnih lepote ter eden najbolj zelenih jadranskih otokov, prepleten z več kot 100 kilometri sprehajalnih in kolesarskih stez. Se vidimo 28.5. na Kalifrontu v Suhi Punti, na otoku Rabu!



POTNIK.SI
Odkrijte manj znani in neraziskani Rab -
Potnik.si

Več Informacij

 **LikeOut**
Objavil Mirjam Kimovec · 8. maj ob 19:29 · 

Otok Rab – znan kot otok sreče, sonca, peska, morja in številnih naravnih lepote ter eden najbolj zelenih jadranskih otokov, prepleten z več kot 100 kilometri sprehajalnih in kolesarskih stez. Se vidimo 28.5. na Kalifrontu v Suhi Punti, na otoku Rabu! Več >> <https://bit.ly/3MW9XdV>



Odkrijte neraziskano
Podajte se na arheološke poti na Rabu



Raziskujte skrivnostne poti po otoku peš ali s kolesom.



Post details

Objavi hrvaški

Published by Goran Blažić · May 12

ARBA TRAIL, RAB. 28.05.2022

Iskoristite priliku i testirajte svoju moć na Arba Trail-u. Tekmovanje je odlična prilika da naredite nekaj za svoje zdravlje i obudujete lepote Raba. The Happy Island Trekking liga u okviru projekta "Rabske arheološke sledi" prvi organizira Arba Trail (staromesto i ne za otok Rab) na jednom izmed najboljih godinatih predelova Sredozemlja - polotoku Kalifornit na otoku Rab. Laper Sand Paradise

Ta jedinstveni naravni biser bo razliko kulture, arheološke, zgodovinske i naravne zaklade tega otoka - vas popejalo skozi zaštiteno pokrajino gozda Dundo, skozi kalerega se razteza "Premuščeva pol", mojsirovina alpinizma, in vam ponudi nepozaban vikend z odlično namestitvijo v Valamar All You Can Holiday hotelu. Vsi! Kvamer #rabotrail #arbatrail

1,739

109

Shared post

Jagica Nicollet, Andrija Režek and 48 others

Performance for your post

1,739

People Reached

51

Reactions, Comments & Shares

49

Like

On Post

0

On Share

2

Love

On Post

0

On Share

0

Comments

On Post

0

On Share

0

Shares

On Post

0

On Share

58

Post Clicks

31

Photo views

1

Link clicks (g)

26

Other clicks (g)

NEGATIVE FEEDBACK

0

Hide post

0

Hide all posts

0

Report as spam

0

Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

1,739 Pages | 2012

1,739 People Focused

51 Reactions, Comments & Shares

49 Like	49 On Post	0 On Shares
2 Love	2 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
0 Follows	0 On Post	0 On Shares

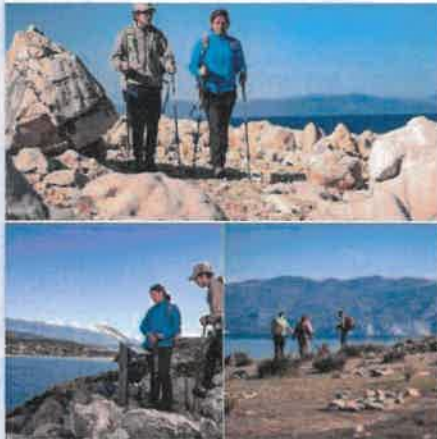
58 *Post Office*

31	1	26
Photo waste	Link slide 8	Copy slide 9

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post
0 Report as spam
0 Hide all posts
0 Unlink Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts



1,739	109
People reached	Engagements
Jagoda Nicoletti, Andriana Pappalardo and 49 others	

[illegible]



Objemi Hrvasko @objemihrvasko1 · May 9

Na otoku se vam ponujajo možnosti za dolge sprehode ob morju, raziskovanje učnih poti ali kolesarske izzive. Prav tako pa se lahko povzpnete na najvišji otoški vrh – Kamenjak. Na njem vas zadržijo čudoviti razgledi na #Velebit, #Kvarner in #Rab s 4-mi zvoniki. #croatiafulloflife



2

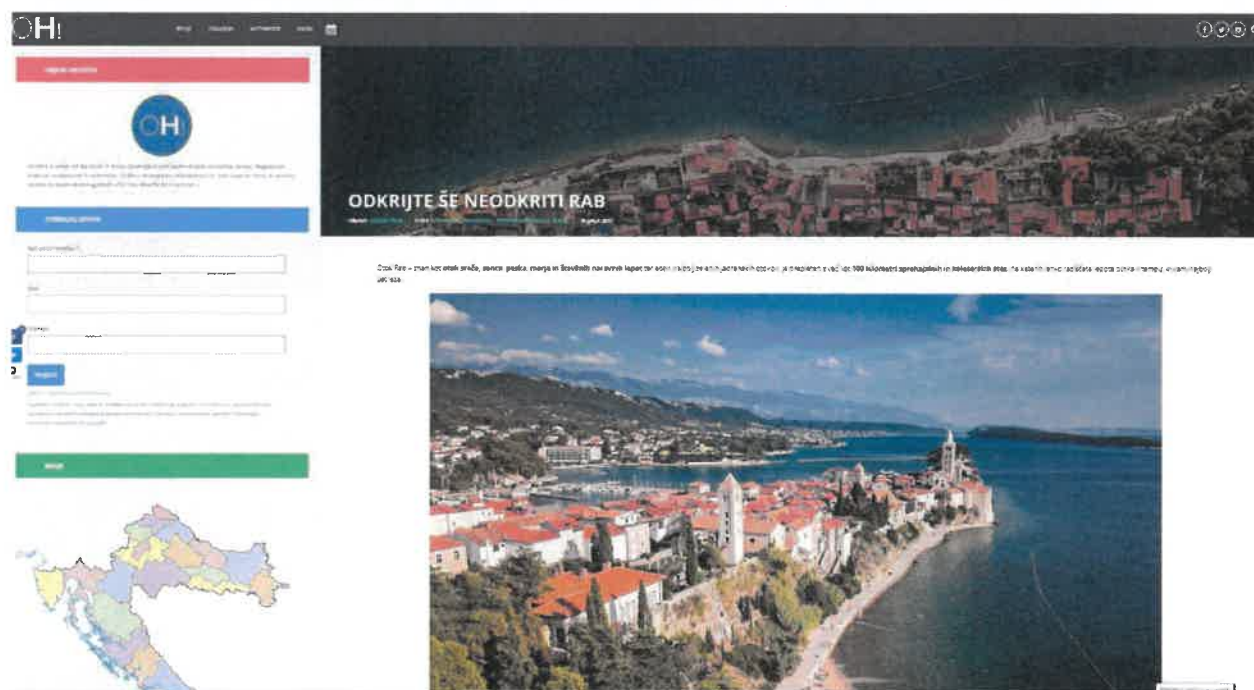


5



Web PR članak

<https://www.objemi-hrvasko.si/aktivnosti/odkrijte-se-neodkriti-rab/>

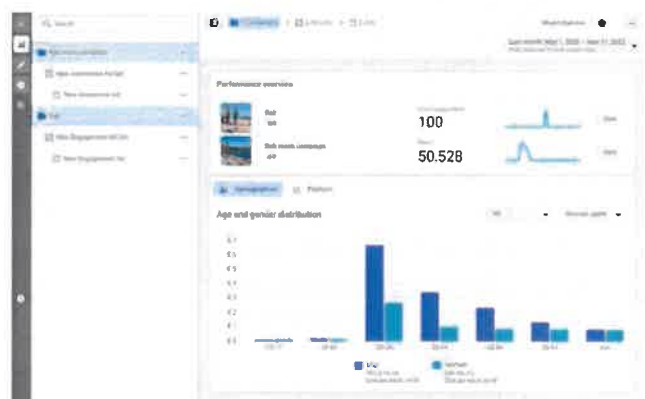


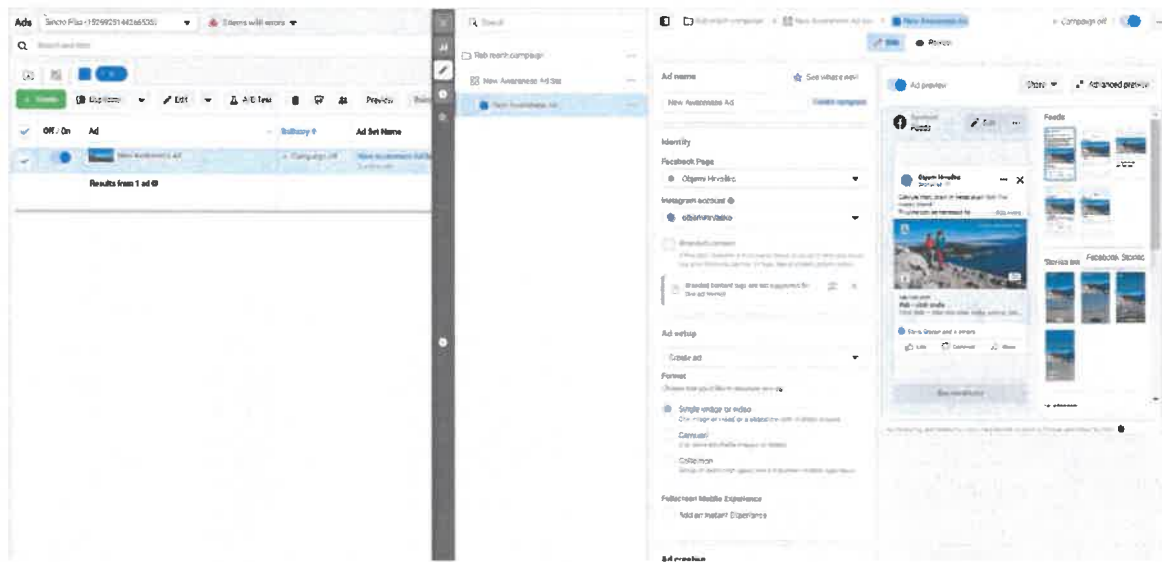
Veliki prezentacijski „slider“ na Objemi Hrvatsko



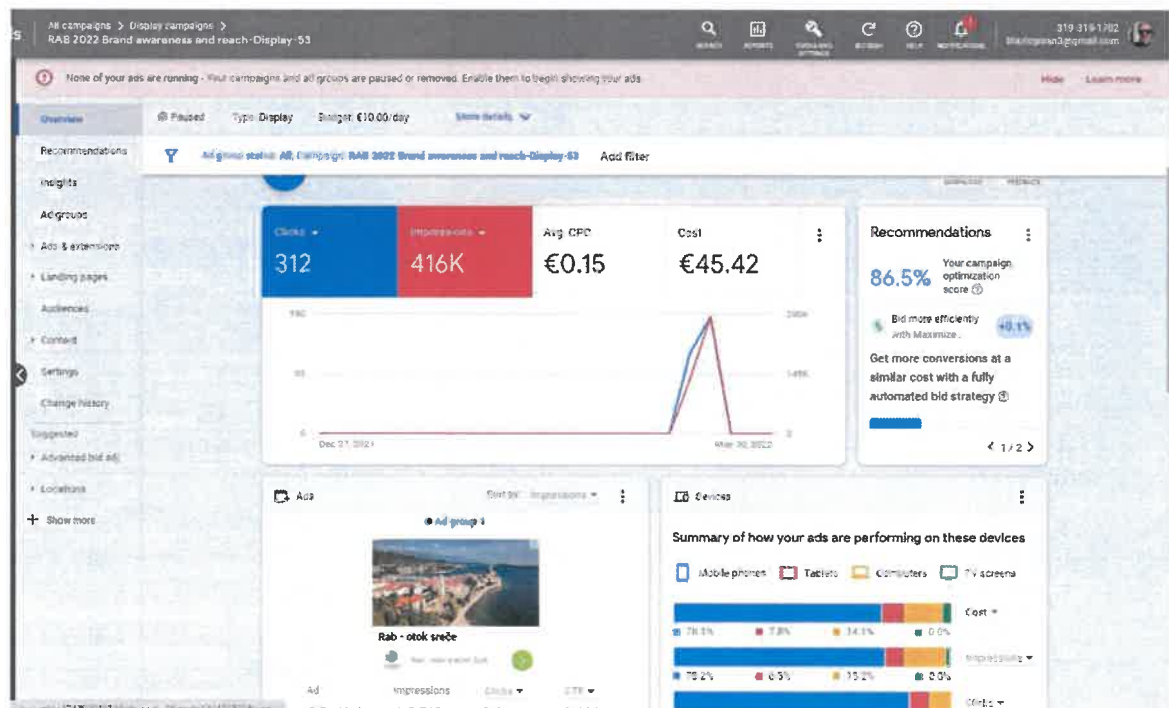
FB kampanja

Campaigns											
Ad sets for 1 Campaign											
On/Off	Ad	Delivery	Ad Set Name	Bid strategy	Budget	Last significant	Attribution	Results	Reach	Impressions	Cost per result
☐	New Awareness Ad	Campaign off	New Awareness Ad Set	Highest volume	Unltd camp.		7-day click on...	50,528	50,528	50,782	63.27
☐	Results from 1 ad						7-day click on...	90,528	90,528	50,782	66.37





Google Display Kampanja 1



Share your ad preview with the link below

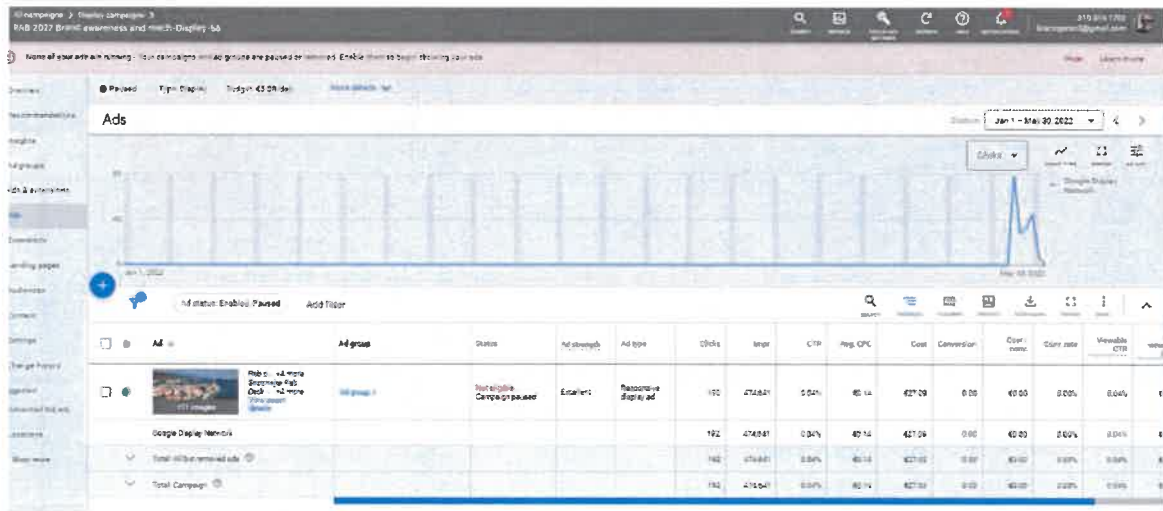
[Copy Link](#)



GIORGIO

Odprite >

Close



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.

DOBER TEK – www.dobertek.svet24.si

Oglas ½ u reviji Dober tek, 2 strani PR, recept

Opravljenе storitve po ponudbi:

1. DOBER TEK – www.dobertek.svet24.si
 - ½ oglas v septembarski reviji
 - 2 strani PR članek – rabska torta, recept in tradicija
 - Facebook objava, doseg 10.000, vabilo na Rab v posezoni
 - Objava recepta na portalu www.dobertek.com
 - Vključitev v redni newsletter

1.300 eur



MED POLETJEM IN JESENJO

Rabska torta

je najbolj znana sladica hrvaškega otoka Rab. Za to tradicionalno sladico si kar nekaj stoletij niso upali zapisati recepta, da jim ga ne bi ukradli, zato se je med rabskimi gospodinjami prenašal zgolj ustno. Prvi zapis recepta je danes hranijo rabske sestre benediktinke, ki naj bi sladico ustvarile za papeža Aleksandra III. ob njegovem obisku leta 1177. Vanjo so dale vse dobrote, ki jih ponuja Rab, in jo zvalje v obliko polje, ki spominja na ukrivljeno škofarso palico. Sladico so v starem delu mesta Rab posvetili Hišo rabske torte, v kateri lahko obiščete muzej o skrivnostni zgodovini in pripravi torte ter jo okusite v prijetnem vzdušju zeliščnega vrta.

Hrvaška



FB OBJAVA



Revija Dober tek
Published by Barbara Slivnik · 16 September at 11:52 · 🌐

...

Oh, s kakšnim veseljem bi sedaj uživali v soncu in dobrotah na Rabu ter raziskovali, zakaj otoku Rab pravijo tudi otok sreče - [Rab The Happy Island](#), 🌊

🍷 Do naslednjega izleta si bomo pristne rabske okuse pričarali kar doma: [dobertek.svet24.si/recept/rabska-torta-v-obliki-polza/](#).
Se boste priprave te slastne lepoticice lotili tudi vi? 🤔

👁️ See more



46,319
People reached

186
Engagements

Boost post

👍❤️ 15

1 comment

👍 Like

💬 Comment

🔗 Share

🌐

Dober tek

recepti

Kuhanje je užitek!

Bi tudi vi v tem trenutku raje ležali na kakšni plaži, odkrivali skrivnostne uličice prelepih mest in uživali v pestri lokalni kulinariki izbranih evropskih dežel? No, vsaj to zadnje si lahko privoščimo tudi doma ...



Rapska torta

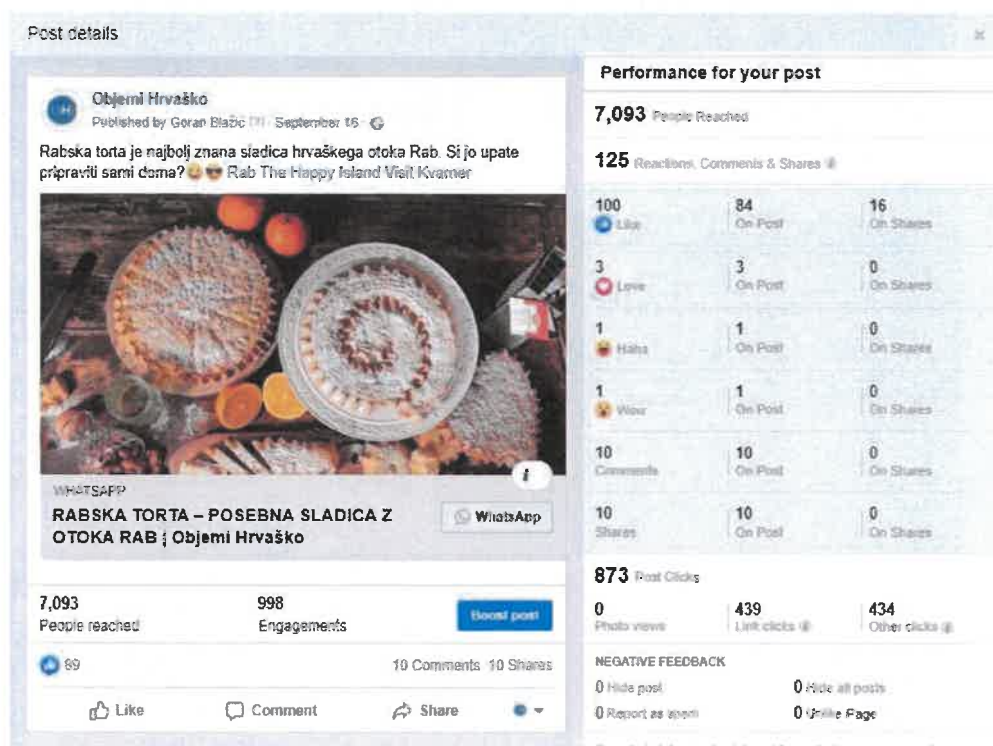
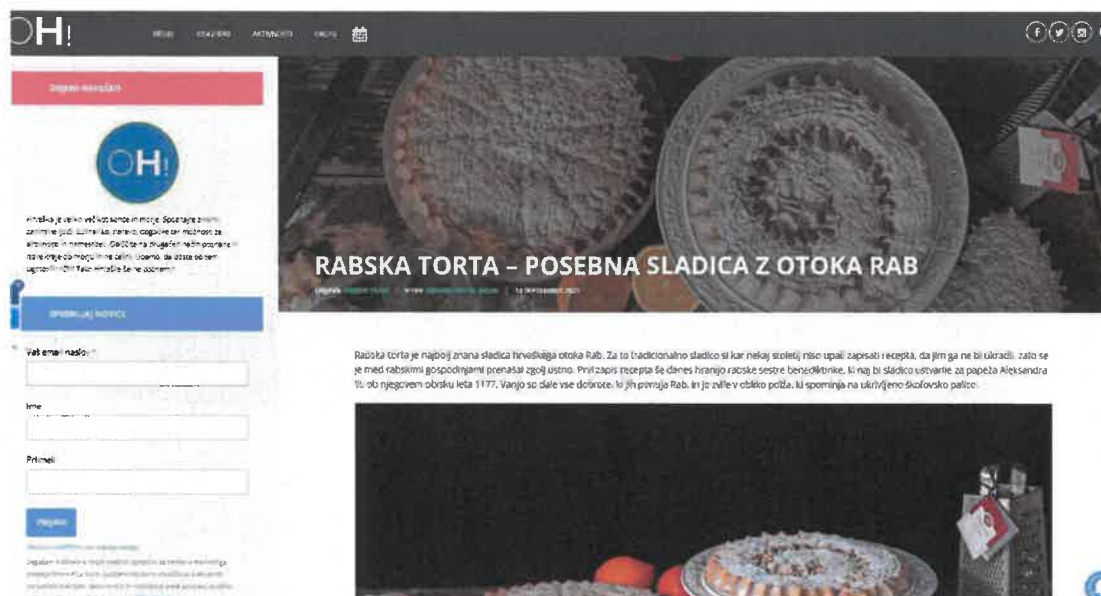
S hrvaškega otoka sreče prihaja znamenita slaščica - [rabska torta](#), ki jo za poseben umetniški vtis zvijejo tudi v obliko polja. Tradicionalnega recepta se lahko lotite sami, še bolje pa bo, če se na pokušino in zalogo sreče [odpravite kar na otok Rab in obiščete znamenito Hišo rabske torte](#).



UKLJUČENJE U REDOVNI NEWSLETTER

<https://preview.mailerlite.com/g0h8g6d0c8>

GRATIS NA OBJEMI HRVAŠKO – PR ČLANAK, FB i TW



Vanjsko oglašavanje – centar Ljubljane

	EUR
Opravljene storitve po ponudbi, časovni zakup panojev v centru Ljubljane:	
Osvetljen roto-pano 4x3 m, strogi center, Ljubljana, Nazorjeva 6, dva meseca	1.300,00
Osvetljena velika fasada 4,20x5,40 m, center, Ljubljana, Nazorjeva 6, dva meseca	2.300,00
S K U P A J:	3.600,00



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



IZVJEŠTAJ – DRUŠTVENE MREŽE „RAB THE HAPPY ISLAND“

Tokom 2022. 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 povećani u odnosu na prošlu godinu i više nego zadovoljavajući. Instagram bilježi porast od 1,000 pratitelja, a Facebook 1,193 kroz 2022. godinu. Facebook i Instagram bilježe više nego zadovoljavajući doseg, kako organskih tako i plaćenih objava kroz 2022. godinu.

Reach

Export

Facebook Page reach ⓘ

2,582,732 ↑ 48.6%

300.0K

200.0K

100.0K

0

Jan 21 Mar 2 Apr 11 May 21 Jun 30 Aug 9 Sep 18 Oct 28 Dec 7

Instagram reach ⓘ

854,028 ↑ 172.8%

200.0K

150.0K

100.0K

50.0K

0

Jan 21 Mar 2 Apr 11 May 21 Jun 30 Aug 9 Sep 18 Oct 28 Dec 7

Page and profile visits

Export

Facebook Page visits ⓘ

19,575 ↑ 39.6%

400

300

200

100

0

Jan 21 Mar 2 Apr 11 May 21 Jun 30 Aug 9 Sep 18 Oct 28 Dec 7

Instagram profile visits ⓘ

11,688 ↑ 26%

300

200

100

0

Jan 21 Mar 2 Apr 11 May 21 Jun 30 Aug 9 Sep 18 Oct 28 Dec 7

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

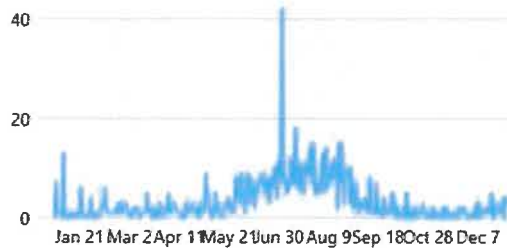
NOMAcom.
kreativna radionica

New likes and follows

Export

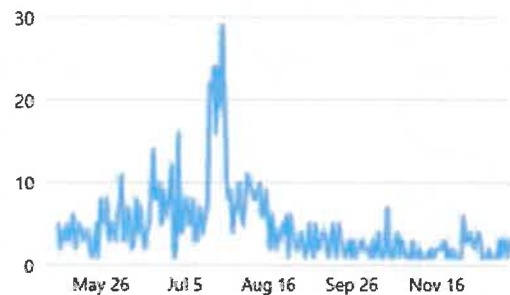
Facebook Page new likes ⓘ

1,193 ↑ 51.8%



New Instagram followers ⓘ

1,001–



Ad trends

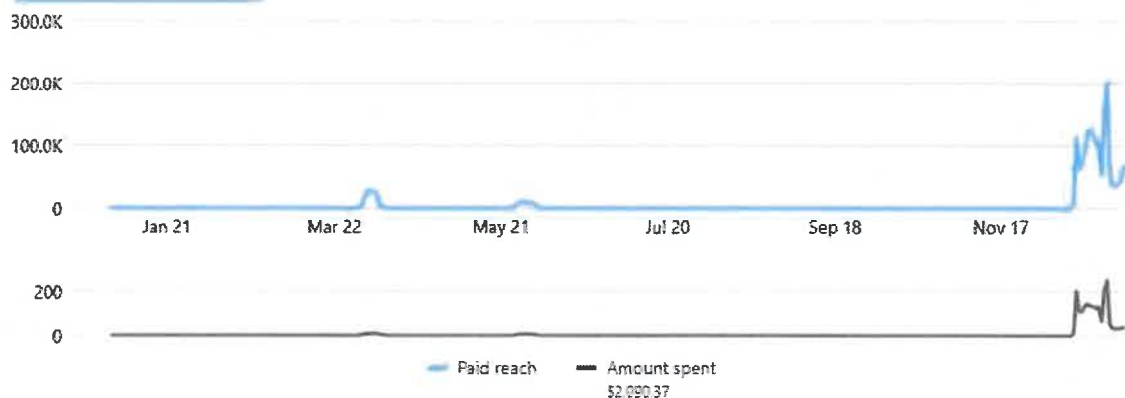
Export

Paid reach ⓘ

903,428 ↑ 8.4%

Paid impressions ⓘ

2,018,068 ↑ 117.4%



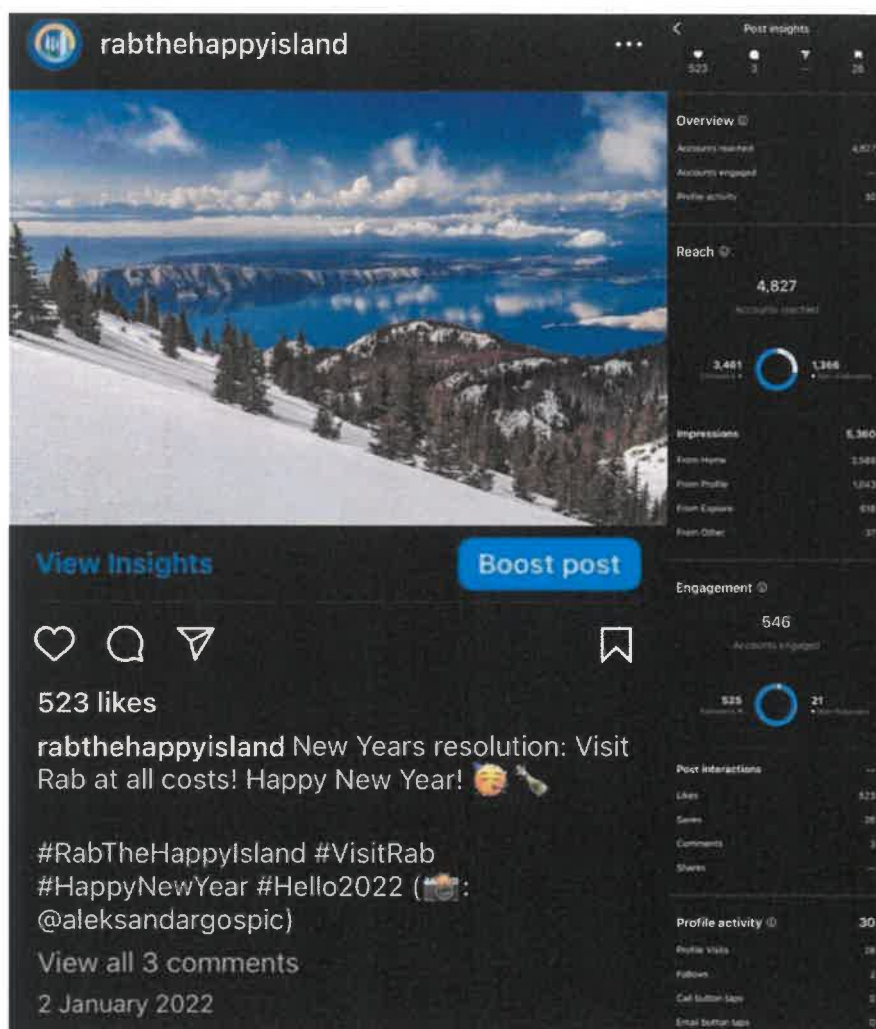
NOMACOM d.o.o.
Palmotićeva 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.
kreativna radionica

Siječanj 2022.

05.01.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za siječanj
21.01.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
21.01.2022.	Slanje godišnjeg izvještaja za 2021. godinu
31.01.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za veljaču

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

••••• kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island
Published by postfity • January 2, 2022 •

New Years resolution: Visit Rab at all costs! Happy New Year! 🍷
#RabTheHappyIsland #VisitRab #HappyNewYear #Hello2022 (tag: @aleksandargospic)



See insights and ads [Boost post](#)

251 5 25

Like Comment

47,994

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

47,994 organic 0 paid

1,530

Post engagements

593 reactions **20 comments**

257 on post

5 on post

336 on shares

15 on shares

26 shares

891 clicks

25 on post

219 photo clicks

1 on shares

0 link clicks

0 clicks to play

672 other clicks

2

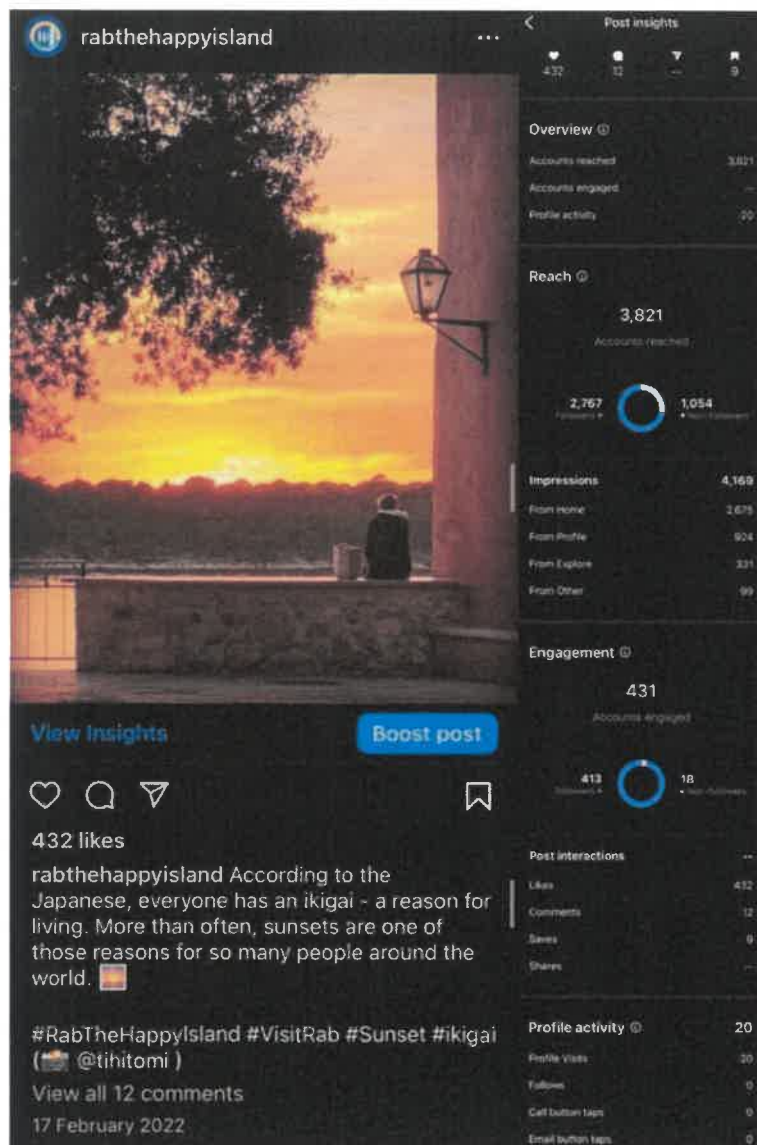
Negative feedback

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.
kreativna radionica

Veljača 2022.

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotičeva 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

 **Rab The Happy Island** Published by postify · February 3, 2022 · ...

Did you know that the average number of hours the sun shines on this mesmerizing island during a year goes up to 2417? We don't call it the Happy Island for no reason! ☺️☺️

#RabTheHappyIsland #SunshineIsland #VisitRab #LetTheSunshineIn (📸: @michaellaastl)



23,093

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

23,093 organic 0 paid

498

Post engagements

220 reactions	12 comments
138 on post	5 on post
82 on shares	7 on shares
6 shares	260 clicks
6 on post	14 photo clicks
0 on shares	0 link clicks
	0 clicks to play
	246 other clicks

0

Negative feedback

0 unique

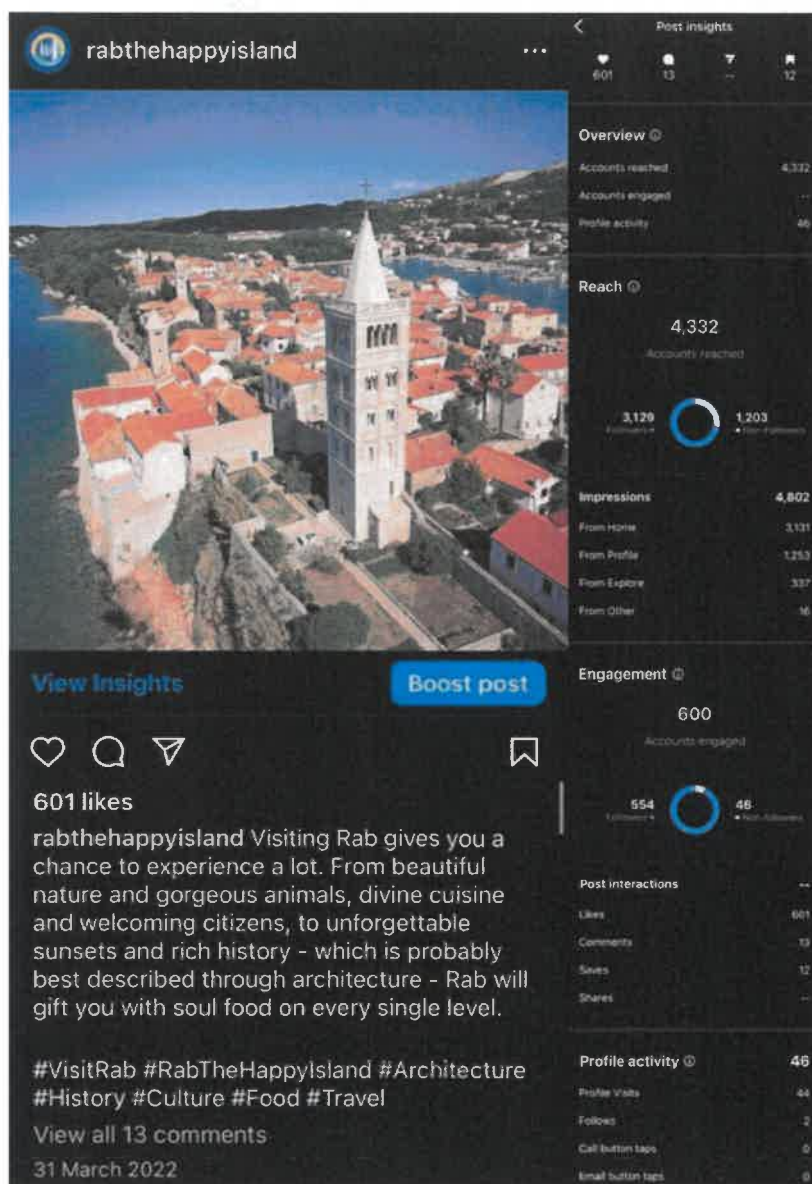
NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMACOM.
kreativna radionica

Ožujak 2022.

03.03.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za ožujak
19.03.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

••••• kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island
Published by Tin Galetovic · March 26, 2022 ·

There are many pleasures we can experience through life, but driving on a boat, watching the waves create magical shapes in the water while the sun is warming up your face and the salty air is warming up your soul is a moment of complete peace like no other. 🌊🌅🍹

#VisitRab #RabTheHappyIsland #BoatRide #Serenity #Spring (mariofruehwirt)



43,267

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

43,267 organic 0 paid

429

Post engagements

230 reactions	8 comments
180 on post	2 on post
50 on shares	6 on shares
20 shares	171 clicks
20 on post	41 photo clicks
0 on shares	1 link clicks
	0 clicks to play
	129 other clicks

0

Negative feedback

0 unique

Insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeva 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

kreativna radionica

Najuspješnija plaćena objava na Facebooku i Instagramu:

Rab The Happy Island
Published by Tin Galetovic · March 31, 2022 ·

Visiting Rab gives you a chance to experience a lot. From beautiful nature and gorgeous animals, divine cuisine and welcoming citizens, to unforgettable sunsets and rich history - which is probably best described through architecture - Rab will gift you with soul food on every single level.

#VisitRab #RabTheHappyIsland #Architecture #History #Culture #Food #Travel



RAB-VISIT.COM

106,823

Accounts Center accounts reached

92% from boosted posts

11,094 organic

99,076 paid

3,540

Post engagements

1,272 reactions

32 comments

1,058 on post

23 on post

214 on shares

9 on shares

47 shares

2,189 clicks

47 on post

2 photo clicks

0 on shares

1,082 link clicks

0 clicks to play

1,105 other clicks

2

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

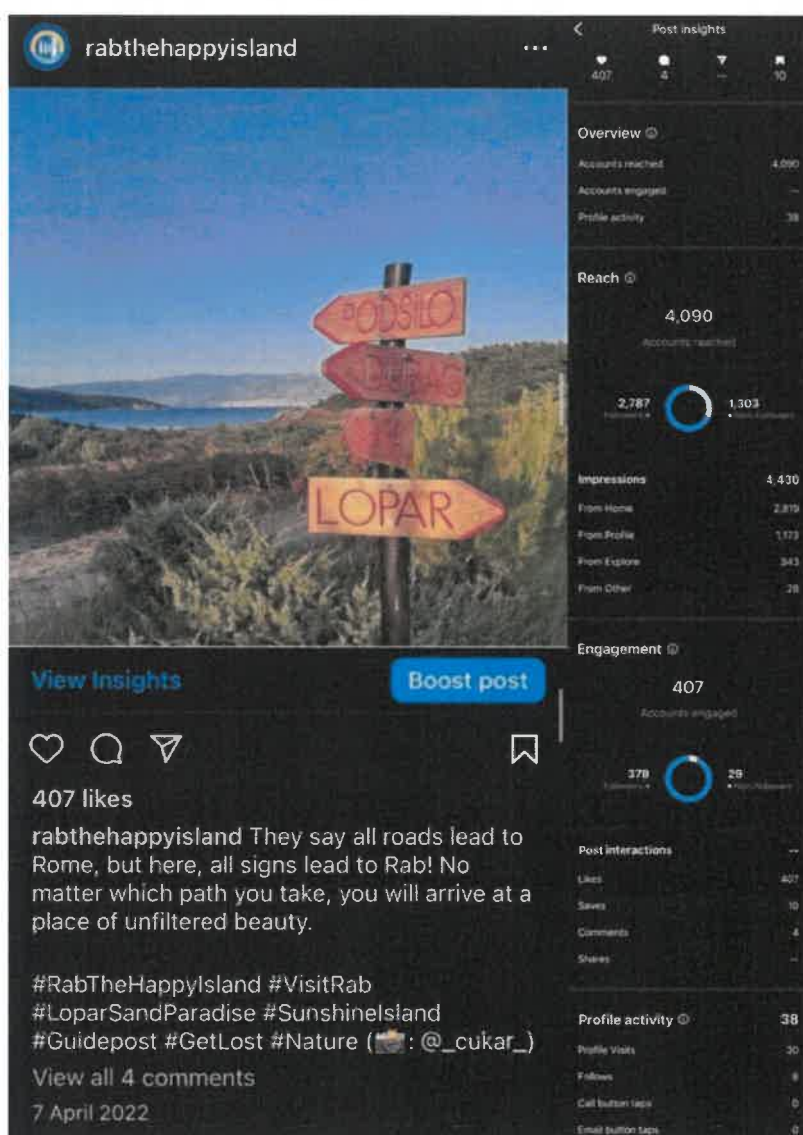
NOMAcom.

••••• kreativna radionica

Travanj 2022.

05.04.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za travanj
12.04.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
21.04.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

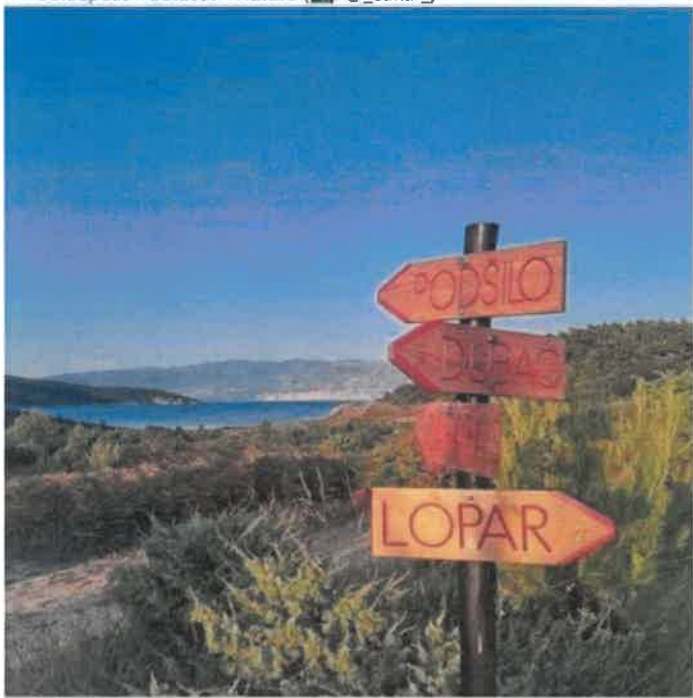
kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island
Published by Tin Galetovic · April 7, 2022 ·

They say all roads lead to Rome, but here, all signs lead to Rab! No matter which path you take, you will arrive at a place of unfiltered beauty.

#RabTheHappyIsland #VisitRab #LoparSandParadise #SunshineIsland #Guidepost #GetLost #Nature (📍: @_cukar_)



See insights and ads

Boost post

27,333

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

27,333 organic 0 paid

1,123

Post engagements

482 reactions	44 comments
344 on post	26 on post
138 on shares	18 on shares
22 shares	575 clicks
21 on post	41 photo clicks
1 on shares	0 link clicks
	0 clicks to play
	534 other clicks

0

Negative feedback

0 unique

Insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

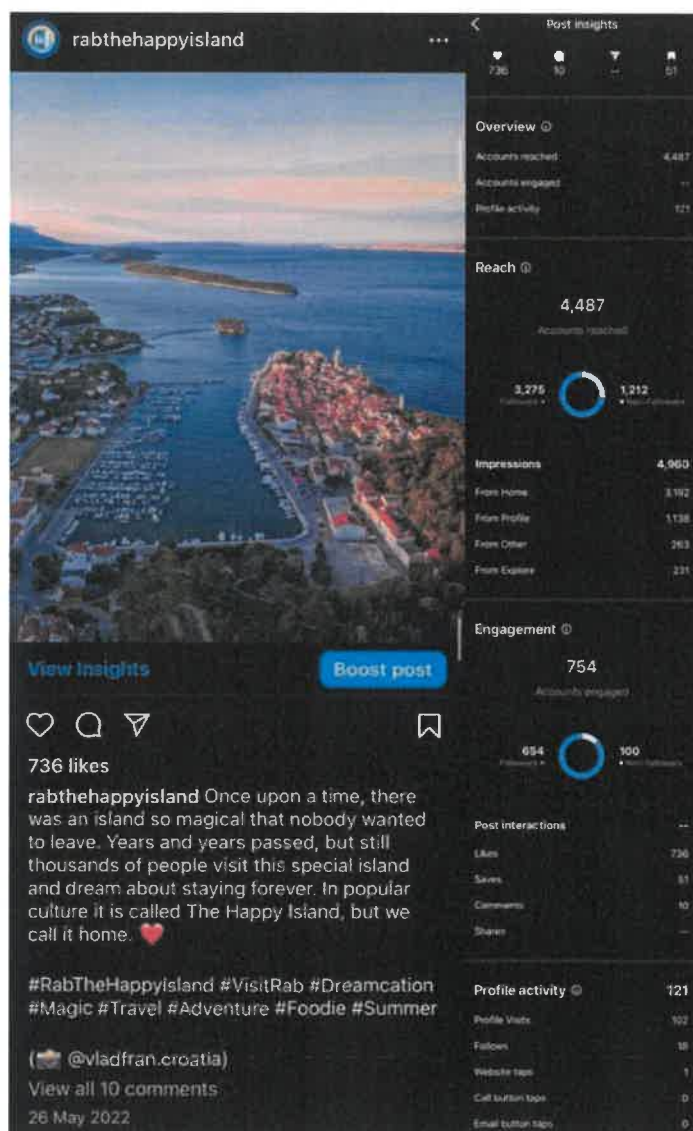
NOMAcom.

kreativna radionica

Svibanj 2022.

04.05.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za svibanj
25.05.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
26.05.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
27.05.2022.	Osmišljavanje objave za Unerwater Photo Maraton Cup
31.05.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

••••• kreativna radionica

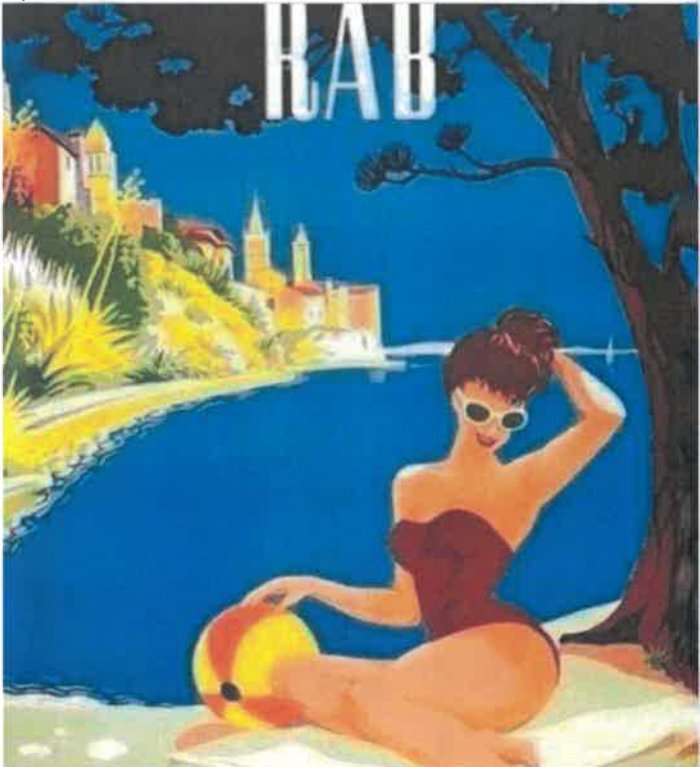
Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island
Published by Tin Galstovic • May 1, 2022 •

Just a little bit of history in color to wake up the nostalgia for the summertime.

🌈🌈🌈

#RabTheHappyIsland #VisitRab #HappyIsland #RetroStyle
(... See more)



63,923

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

63,923 organic 0 paid

1,022

Post engagements

475 reactions 9 comments

226 on post 4 on post

249 on shares 5 on shares

28 shares 510 clicks

28 on post 154 photo clicks

0 on shares 0 link clicks

0 clicks to play

356 other clicks

4

Negative feedback

4 unique

Insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

email: info@nomacom.hr kreativna radionica

kreativna radionica

 **Rab The Happy Island**
Published by Tin Galetovic · May 26, 2022 · 🌐

Once upon a time, there was an island so magical that nobody wanted to leave. Years and years passed, but still thousands of people visit this special island and dream about staying forever. In popular culture it is called The Happy Island, but we call it home. ❤️

#RabTheHappyIsland #VisitRab #Dreamcation #Magic #Travel
#Adventure #Foodie #Summer

(📍 @vjadfran.croatia)



Accounts Center accounts reached

67% from boosted posts

21,910 organic

40,769 paid

Post engagements

1,781 reactions

1,108 on cost

673 on shares.

112 shares

112 on post

0 on shares

129 comments

54 on post

75 on shares

3,594 clicks

88 photo clicks

1,475 link clicks

0 clicks to play

2,031 other clicks

NOMACOM d.o.o.
 Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
 tel: 00385 1 4810332
 fax: 00385 1 4812013
 email: info@nomacom.hr

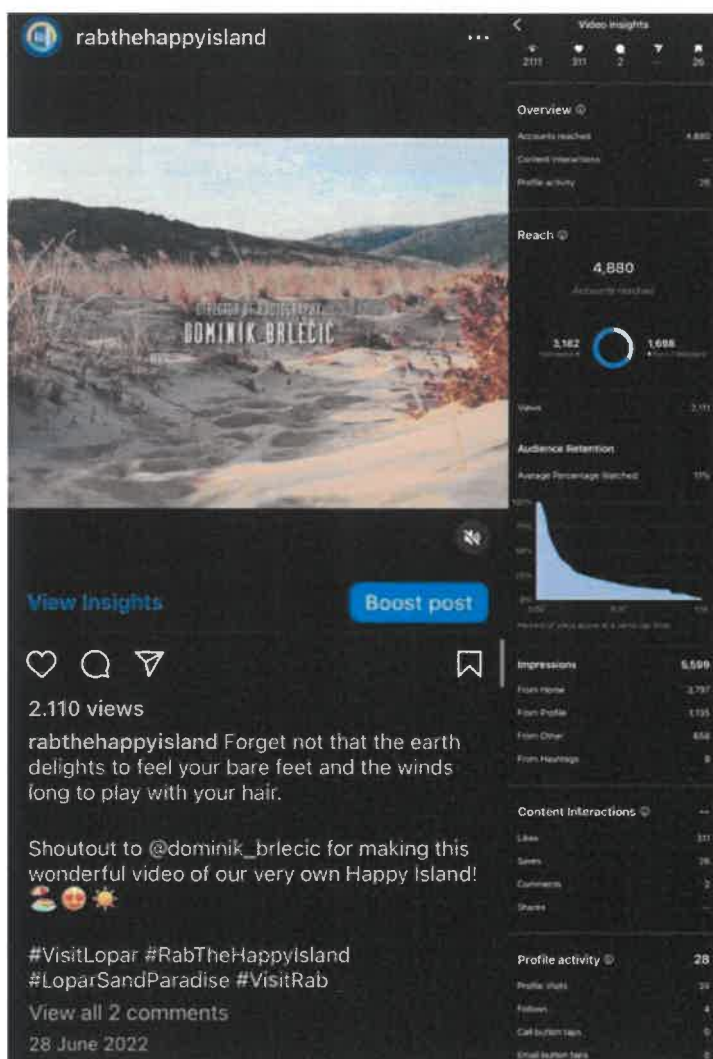
NOMAcom.

kreativna radionica

Lipanj 2022.

01.06.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za lipanj
01.06.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
03.06.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
13.06.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
15.06.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
21.06.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island
Published by Tin Galetovic · June 25, 2022 ·

Simple things are sometimes the best medicine – a touch of sunlight, a fresh salty breeze, and the endless blue horizon in which you can swim your worries away. In Italy, they call it „Dolce far niente“ – the art of doing nothing.

#VisitRab #RabTheHappyIsland #Summertime #DolceFarNiente

@thenomad.life



24,305

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

24,305 organic 0 paid

1,079

Post engagements

371 reactions	11 comments
290 on post	6 on post
81 on shares	5 on shares
13 shares	684 clicks
12 on post	88 photo clicks
1 on shares	0 link clicks
	0 clicks to play
	596 other clicks

2

Negative feedback

2 unique

Insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.
kreativna radionica

Srpanj 2022.

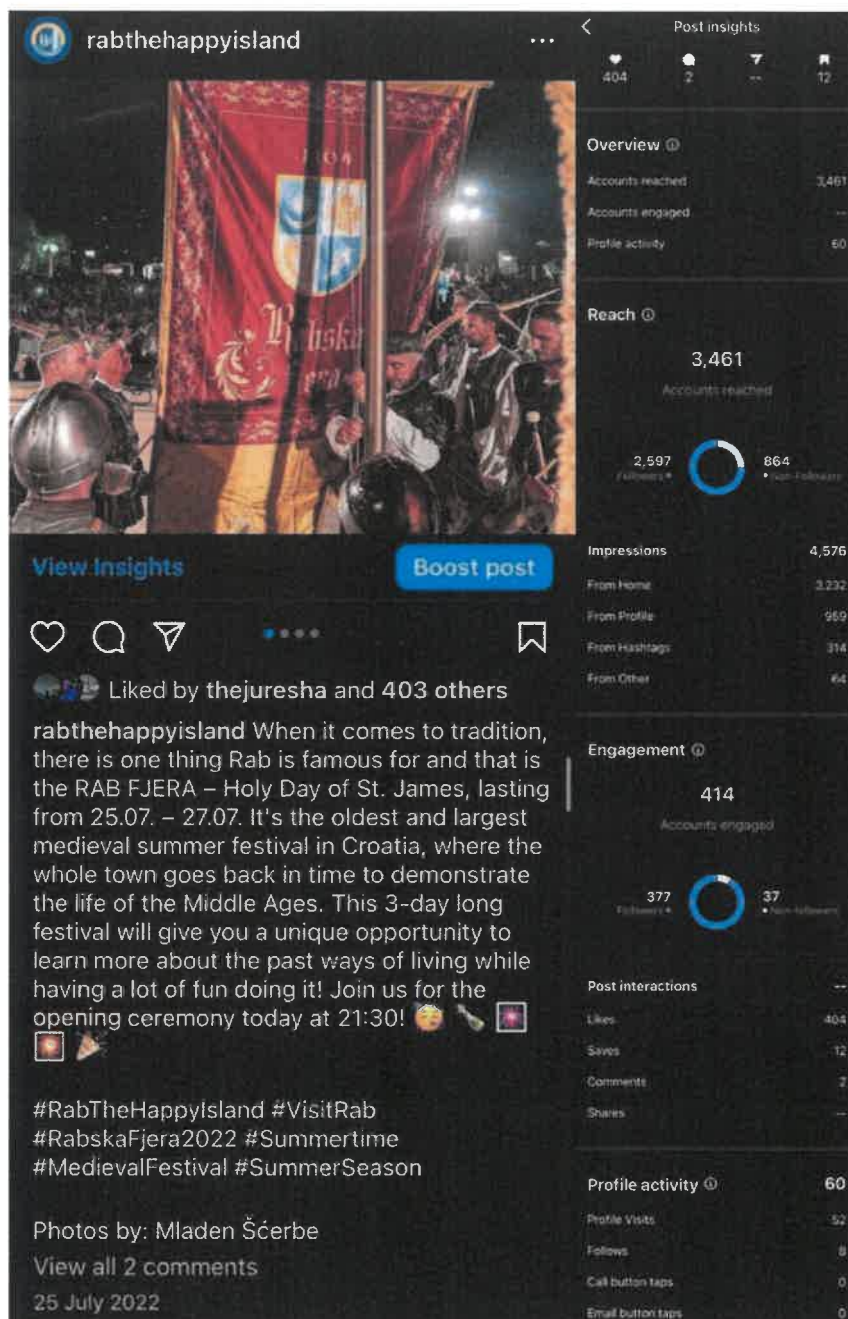
04.07.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za srpanj
12.07.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
13.07.2022.	Postavljanje videa na YouTube kanal za Operissimo – gala koncert
15.07.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
17.07.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
26.07.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
31.07.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
31.07.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za kolovoz

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićevo 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.
kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island Published by Tin Galetovic · July 18, 2022 ·

In Croatia, you can find unbelievably beautiful beaches that often make the Top 10 lists in prestigious magazines for travel. Our island is proud to have an exceptional beach called Pudarica, located near the fisherman's village Barbat. Its sandy beaches and crystal blue waters will leave you coming back for more! 🌊🏖️👏

#RabTheHappyIsland #VisitRab #Summertime #Pudarica #Beach #SummerSeason #IslandLife

@zigarejc



35,468

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

35,468 organic 0 paid

810

Post engagements

246 reactions	10 comments
194 on post	7 on post
52 on shares	3 on shares
12 shares	542 clicks
12 on post	67 photo clicks
0 on shares	0 link clicks
	0 clicks to play
	475 other clicks

2

Negative feedback

2 unique

Insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

••••• kreativna radionica

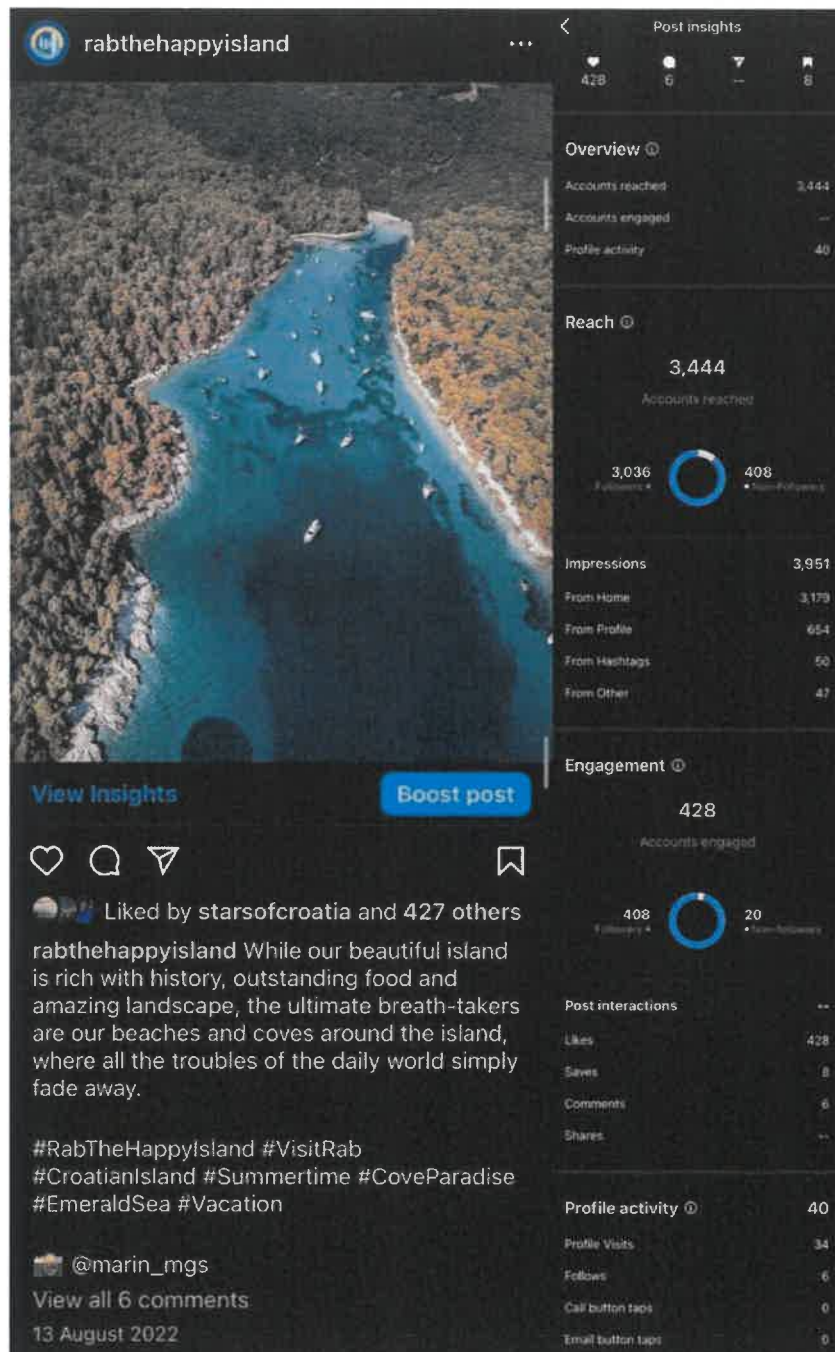
Kolovoz 2022.

01.08.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
03.08.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
06.08.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
07.08.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
08.08.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
12.08.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
16.08.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
24.08.2022.	Komunikacija putem kanala društvenih mreža sukladno uputama klijenta
31.08.2022.	Plana objava na društvenim mrežama za rujan

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMACOM.
kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

••••• kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island
Published by **Tin Galetovic** • August 13, 2022 •

While our beautiful island is rich with history, outstanding food and amazing landscape, the ultimate breath-takers are our beaches and coves around the island, where all the troubles of the daily world simply fade away.

#RabTheHappyIsland #VisitRab #CroatianIsland #Summertime #CoveParadise #EmeraldSea #Vacation

@marin_mgs



27,414

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

27,414 organic 0 paid

2,630

Post engagements

702 reactions	44 comments
379 on post	19 on post
323 on shares	25 on shares
48 shares	1,836 clicks
47 on post	121 photo clicks
1 on shares	0 link clicks
	0 clicks to play
	1,715 other clicks

2

Negative feedback

2 unique

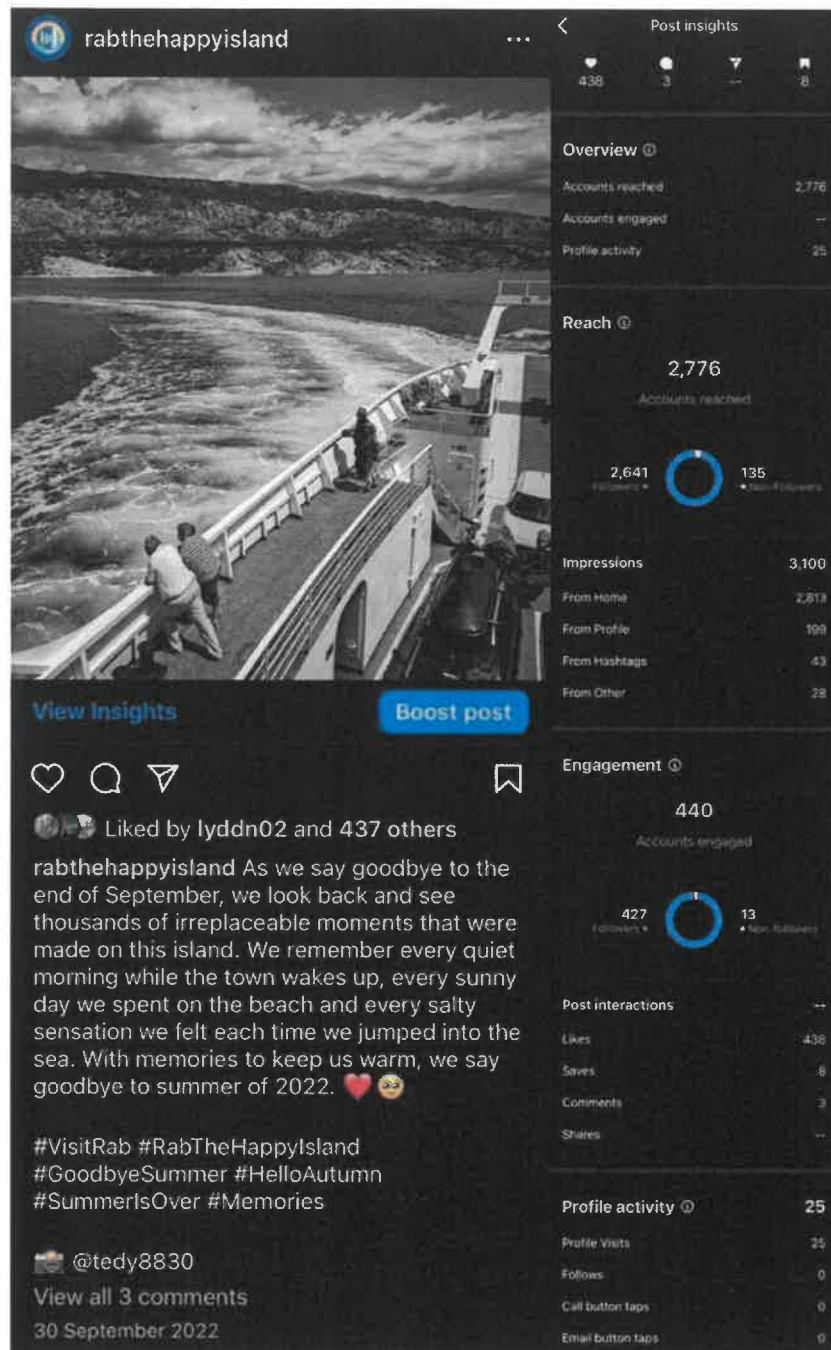
insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.
kreativna radionica

Rujan 2022.

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island
Published by Tin Galetovic · September 30, 2022 ·

As we say goodbye to the end of September, we look back and see thousands of irreplaceable moments that were made on this island. We remember every quiet morning while the town wakes up, every sunny day we spent on the beach and every salty sensation we felt each time we jumped into the sea. With memories to keep us warm, we say goodbye to summer of 2022. ❤️🌊

#VisitRab #RabTheHappyIsland #GoodbyeSummer #HelloAutumn #SummerIsOver #Memories

@tedy8830



15,615

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

15,615 organic

0 paid

1,154

Post engagements

560 reactions

20 comments

453 on post

16 on post

107 on shares

4 on shares

20 shares

554 clicks

18 on post

32 photo clicks

2 on shares

0 link clicks

0 clicks to play

522 other clicks

5

Negative feedback

5 unique

Insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

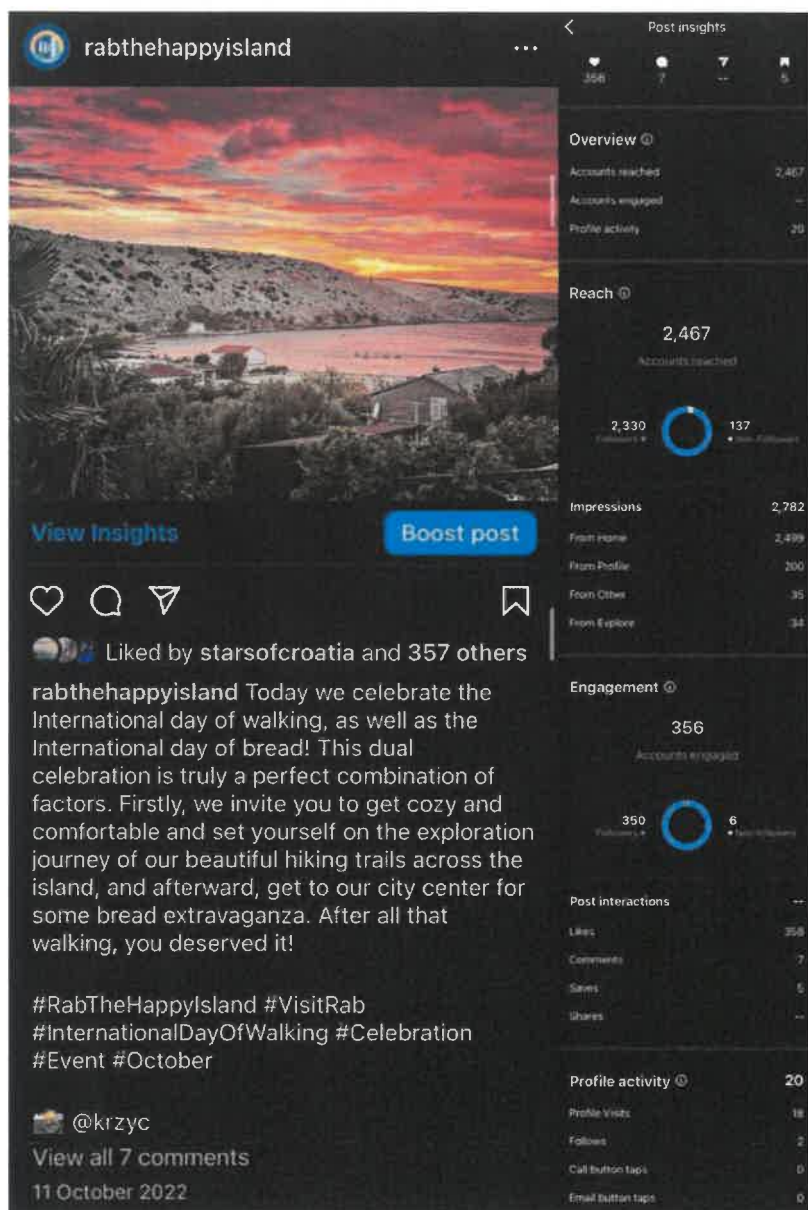
NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.
kreativna radionica

Listopad 2022.

04.10.2022.	Prva objava na društvenim mrežama za listopad
10.10.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za listopad

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotičeva 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

Rab The Happy Island
Published by Tin Galetovic · October 17, 2022 ·

Nature is the best medicine for serenity. It provides peace, calmness, and stillness - all the things we aim towards. It's good for the heart, it's necessary for the soul, and it can be found all around you, but nowhere like on Rab. 🌿🌊🌅

#RabTheHappyIsland #VisitRab #Serenity #Peace #Sunset #NatureLovers #Fall2022

by @schnigges11



See insights and ads

Boost post

233

7 17

8,827

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

8,827 organic

0 paid

619

Post engagements

328 reactions

11 comments

235 on post

7 on post

93 on shares

4 on shares

17 shares

263 clicks

17 on post

19 photo clicks

0 on shares

0 link clicks

0 clicks to play

244 other clicks

3

Negative feedback

3 unique

Insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your

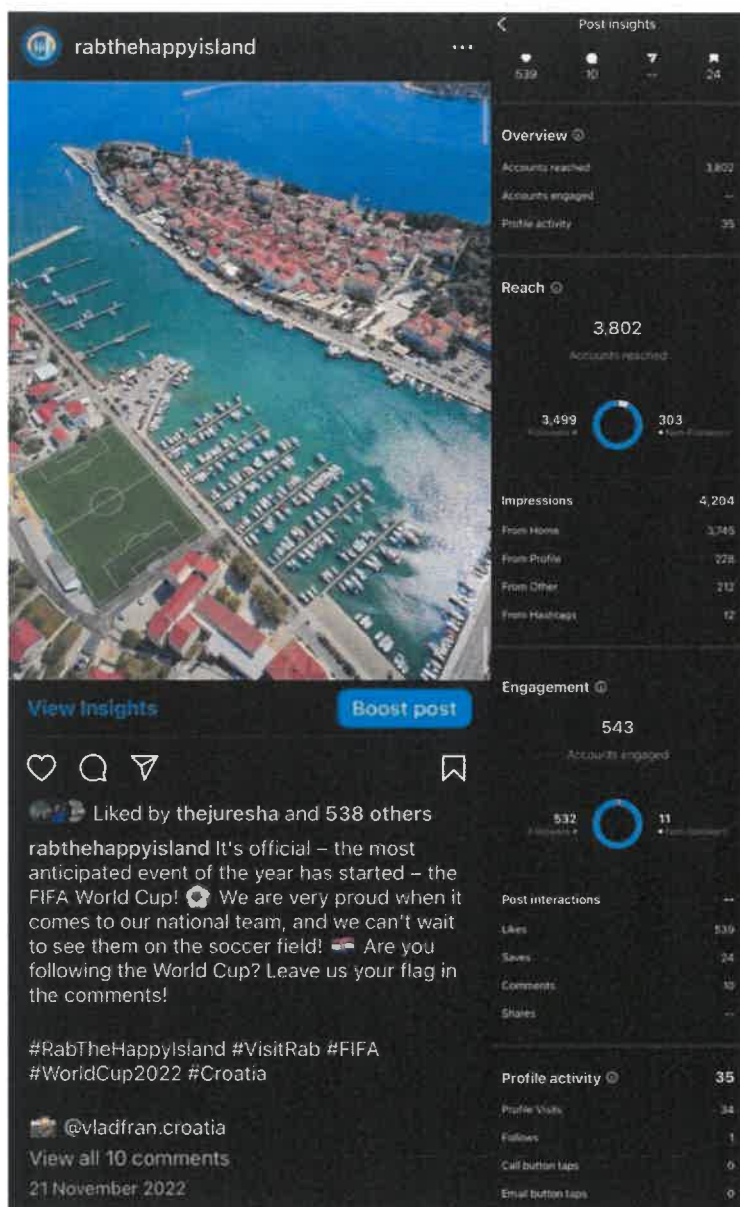
NOMACOM d.o.o.
 Palmotićevo 3, 10000 Zagreb
 tel: 00385 1 4810332
 fax: 00385 1 4812013
 email: info@nomacom.hr

NOMAcom.
 kreativna radionica

Studeni 2022.

02.11.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za studeni
30.11.2022.	Plan objava na društvenim mrežama za prosinac

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

••••• kreativna radionica

Najuspješnija organska objava na Facebooku:

**Rab The Happy Island**
Published by Tin Galetović • November 30, 2022 •

The last month of Autumn has come to an end, and we can't believe it is already time to start thinking about Christmas! Enjoy the last crimson sunset that November is famous for from the most beautiful island in Croatia!

#RabTheHappyIsland #VisitRab #GoodbyeNovember #Sunsets #WinterIsComing #VisitLopar

@just.krynson



[See insights and ads](#)[Boost post](#)

 71

 1  2

 Like  Comment  Share

5,602
Accounts Center accounts reached
0% from boosted posts

5,606 organic

0 paid

117
Post engagements

77 reactions
73 on post
4 on shares

1 comment
1 on post
0 on shares

2 shares
2 on post
0 on shares

37 clicks
6 photo clicks
0 link clicks
0 clicks to play
31 other clicks

0
Negative feedback

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeva 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMACOM.
kreativna radionica

Prosinac 2022.

Najuspješnija organska objava na Instagramu:



Najuspješnija organska objava na Facebooku:



Rab The Happy Island

Published by Tin Galetovic · December 3, 2022 ·

It's here! The month of joy and happiness is upon us, and wish for all of you to create a December to remember! We already hear Mariah Carey singing, how about you?

#RabTheHappyIsland #VisitRab #HelloDecember #ChristmasIsComing #December2022 #Winter

@jassi_slm_



7,895

Accounts Center accounts reached

0% from boosted posts

7,895 organic

0 paid

665

Post engagements

417 reactions

273 on post

144 on shares

17 shares

15 on post

2 on shares

9 comments

3 on post

6 on shares

222 clicks

35 photo clicks

0 link clicks

0 clicks to play

187 other clicks

1

Negative feedback

1 unique

Insights activity is reported in Pacific time zone.
Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

NOMACOM d.o.o.
Palmotićeve 3, 10000 Zagreb
tel: 00385 1 4810332
fax: 00385 1 4812013
email: info@nomacom.hr

NOMAcom.

kreativna radionica

Najuspješnija plaćena objava na Facebooku i Instagramu:

**Rab The Happy Island**
Published by Tin Galetovic · December 13, 2022 · 

Welcome to JUXTA MARE - the virtual museum that tells the wonderful history of the island of Rab!

Now you can learn about the history and culture of shipbuilding, seafaring and fishing on the island of Rab in an innovative, dynamic and fun way!

Visit our web page to find out more!

Sorry, we're having trouble playing this video.

[Learn More](#)

231,982
Accounts Center accounts reached ⓘ
97% from boosted posts

5,798 organic	225,162 paid
---------------	--------------

20,785
Post engagements ⓘ

284 reactions	9 comments
221 on post	7 on post
63 on shares	2 on shares
25 shares	20,467 clicks
25 on post	0 photo clicks
0 on shares	4,008 link clicks
	15,093 clicks to play
	1,366 other clicks



Destinacija – otok Rab

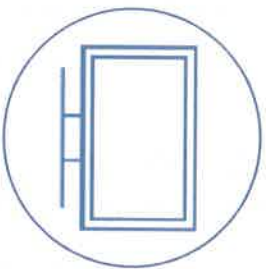


Broj i vrijednost objava



Ukupno 87 objava za otok Rab u promatranom razdoblju, procijenjene vrijednosti 941.815 kn.

Prema vrsti medija:



TV

6 objava

Procijenjena vrijednost
686.390 kn



Portali

70 objava

Procijenjena vrijednost
135.600 kn



TISAK

8 objava

Procijenjena vrijednost
92.215 kn



RADIO

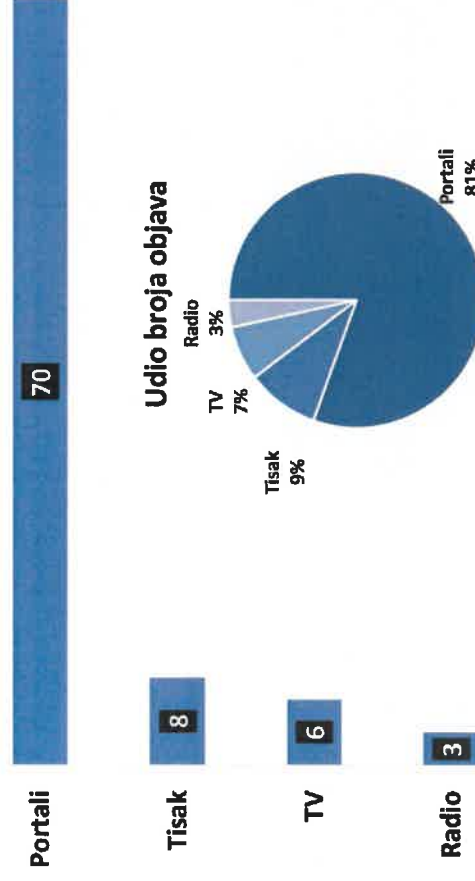
3 objave

Procijenjena vrijednost
27.610 kn

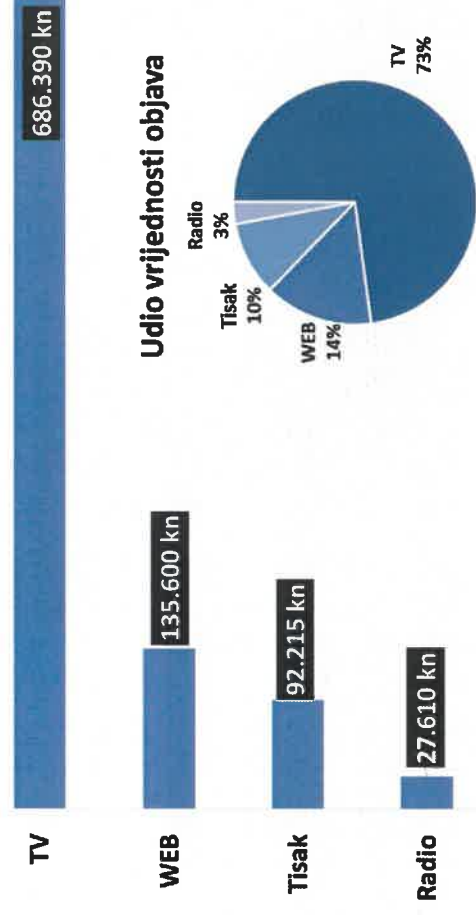
Broj i vrijednost objava prema vrsti medija



Broj objava



Vrijednost objava



Portali su imali najveći broj objava (70 objava).

Slijedi tisak sa 8 objava.

Ukupno 6 televizijskih i 3 radijska priloga.

Najveću vrijednost ostvarili su prilogi emitirani na televiziji: 686.390 kn.

Slijede objave sa portala sa ostvarenom vrijednošću od 135.600 kn.



Medianet

Od 1996.

Mjerimo učinke komunikacije

Kontakt

Petrinjska 42a, 10 000 Zagreb

medianet@medianet.hr

+385 (1) 4813 716

Prikupite važne podatke i unaprijedite svoje poslovanje putem naših usluga

Praćenje i analiza oglašavanja
Praćenje i analiza neplaćene komunikacije
Praćenje i analiza društvenih mreža
Podaci o konzumaciji medija
Istraživanje tržišta i Mystery shopping
Kompetitivna inteligencija

Svi ovi podaci važni su za sagledavanje dosega dosadašnjeg rada i vrijedan su putokaz za usmjeravanje budućih projekata.

Iskoristite naše analize kao prezentaciju uspjehnosti vaše marketinške/PR kampanje.

Prepusite posao praćenja i analiziranja medijskog sadržaja nama, vi to vrijeme utrošite na nove projekte!