



**IZVJEŠTAJ O RADU
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA RABA
ZA SIJEČANJ – RUJAN 2015. GODINE
I
REBALANS FINANCIJSKOG PLANA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA RABA
ZA 2015. GODINU**

Usvojeno na IV sjednici Skupštine TZG Raba, 04.12.2015. godine

Rab, prosinac 2015.

01. STATISTIKA

Područje naše zajednice u periodu od 01.01. do 30.09. posjetilo je ukupno 162.212 posjetitelja ili 3% više i ostvarilo 1.213.536 noćenja ili 5% više u odnosu na prošlogodišnji rezultat. Hoteli bilježe rast broja noćenja od 5% i dolazaka od 7% i bili su prosječno popunjeni 101 dan. TN Suha Punta ima 6% manje dolazaka i 4% manje noćenja a popunjeni su bili u prosjeku 78 dana. Autokamp Padova 3 ima najveći rast i dolazaka i noćenja 6 odnosno 10% te su bili popunjeni 80 dana. Kamp Lando resort je ostvario 24% više dolazaka i 26% više noćenja, sa prosječnom popunjenošću od 94 dana. Obiteljski smještaj koji participira gotovo sa 60 % smještajnih kapaciteta bilježi 8% više dolazaka i 5% više noćenja te se prosječna popunjenost svela na 50 dana. Odmaralište/prenočište ostvarilo 17 % manje dolazaka te 23% manje noćenja. U nekomercijalnom dijelu /vikendaši i prijatelji/ ostvaren je osjetan pad od 7% u dolascima i 1% u noćenjima.

Ako usporedimo podatke sa 2013 godinom, kada smo imali dobru turističku sezonu, i s obzirom na lošiju 2014, onda možemo reći da u odnosu na 2013 godinu u prvih devet mjeseci imamo povećanje turističkih dolazaka za 2% ili ostvareno 1% više noćenja.

IZVJEŠĆE O TURISTIČKOM PROMETU U TZG RABA ZA RAZDOBLJE OD 01.01.2015. DO 30.09.2015.

PREGLED BROJA TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA PO KAPACITETIMA

OPIS	KAPACITET	BR.TURISTA	Index 15/14.	BR.NOĆENJA	Index 15/14.	DANI POPUNJENJA 2015/2014
HOTELI	2 031	39 065	107	204 953	105	101
TURISTIČKO NASELJE S.P.	228	2 177	94	17 717	96	78
AUTOKAMP	1 500	16 671	106	121 152	110	80
LANDO RESORT /Kamp/	108	1 469	124	10 159	126	94
KAMP PLANKA	25	349	110	1 679	122	67
ODMARALIŠTA	40	163	83	1 555	77	39
OBITELJSKI SMJEŠTAJ	15 264	96 882	108	773 358	105	50
VIKENDAŠI Vlasnici kuća i stanova za odmor domaći i strani		5 436	93	82 963	99	
UKUPNO	19 196	162 212	103	1 213 536	105	

PREGLED BROJA OSTVARENIH NOĆENJA NA OTOKU RABU

TURISTIČKA ZAJEDNICA	OSTVARENA NOĆENJA
TZG RABA	1 213 536
TZ OPĆINE LOPAR	678 777
UKUPNO	1 892 313

Ove je godine na otoku Rabu ostvareno 5% više noćenja u odnosu na 2014. godinu.

NOĆENJA OSTVARENA PO MJESTIMA 01.01.2015.- 30.09.2015.

MJESTO	OBITELJSKI SMJEŠTAJ	HOTELI+ NASELJE	ODMARALIŠT A	KAMP	VIKENDAŠI	UKUPNO
BANJOL	193 420	50 346		121 152	22 915	387 833
KAMPOR	114 924	88 225		11 838	7 565	222 552
BARBAT	192 172				29 682	221 854
PALIT	114 650	38 403			11 165	164 218
RAB	8 170	45 696	1 555		2 242	57 663
SUP.DRAGA	138 588				8 195	146 783
MUNDANIJE	11 434				1 199	12 633
UKUPNO	773 358	222 670	1 555	132 990	82 963	1 213 536

NOĆENJA OSTVARENA U HOTELIMA, TURISTIČKOM NASELJU I KAMPU

HOTELI	NOĆENJA	Index 15/14
PADOVA	50 346	109
EVA	33 255	99
IMPERIAL	34 965	111
CAROLINA	37 253	106
HOTEL INTERNATIONAL	27 203	98
ISTRA	12 903	94
ARBIANA	5 590	158
HOTEL PANSION TAMARIS	3 438	99
UKUPNO HOTELI	204 953	105
TUR. NASELJE SUHA PUNTA	17 717	96
AUTOKAMP PADOVA III	121 152	110
LANDO RESORT KAMP	10 159	126
KAMP PLANKA	1 679	122
SVEUKUPNO	355 660	

KUĆE I STANOVI ZA ODMOR 2015.

Vlasnici kuća i stanova za odmor dužni su temeljem zakona o boravišnoj pristojbi prijaviti svoj boravak kao i boravak uže obitelji koji borave u tim kućama i stanovima za odmor u periodu od 15. lipnja do 15. rujna.

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

PREGLED BROJA TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA U NEKOMERCIJALNIM KAPACITETIMA

MJESTO	BROJ VIKENDICA	UKUPNO OSOBA	BROJ OSOBA PO NOĆENJU	BROJ OSOBA PO PAUŠALU	UKUPNO OSTVARENA NOĆENJA
BARBAT	278	1 950	1 436	487	29 682
BANJOL	165	1 419	1 091	328	22 915

PALIT	137	756	499	257	11 165
SUP. DRAGA	76	612	535	77	8 195
KAMPOR	73	500	380	120	7 565
RAB	32	122	96	26	2 242
MUNDANIJE	14	77	32	45	1 199
UKUPNO :	775	5 436	4 069	1 340	82 963
2014 g.	1 365	5 842	4 412	1 430	84 194
2013 g.	1 247	6 830	5 614	1 216	93 977
2012 g.	848	5 852	4 433	1 419	82 872
2011 g.	856	5 431	3 918	1 503	72 389
2010 g.	1 026	4 568	2 114	2 454	69 820
2009 g.	910	3 838	1 999	1 839	62 660
2008 g.	715	2 481	1 418	1 070	33 270
2007 g.	628	1 598	916	682	35 606
2006 g.	558	2 447	1 499	948	37 073
2005 g.	507	2 161	1 279	885	27 238
2004 g.	457	2 253	1 549	704	23 942
2003 g.	407	1 784	1 156	628	21 451

U nekomercijalnom dijelu /vikendaši/ ostvaren je pad od 7% u dolascima i 2% u noćenjima a u kategoriji Prijatelj evidentiran je pad od 2 % u dolascima te 9 % porast u noćenjima.

DOLASCI I NOĆENJA PRIJATELJA U NEKOMERCIJALNIM KAPACITETIMA DOMICILNOG STANOVNIŠTVA

VRST SMJEŠTAJA	UKUPNO TURISTI 2015	DOMAĆI TURISTI 2015	STRANI TURISTI 2015	UKUPNO TURISTI 2014	DOMAĆI TURISTI 2014	STRANI TURISTI 2014	INDEX
PRIJATELJI	1 091	72	1 019	1 111	92	1 019	98

VRST SMJEŠTAJA	UKUPNO NOĆENJA 2015	DOMAĆI NOĆENJA 2015	STRANI NOĆENJA 2015	UKUPNO NOĆENJA 2014	DOMAĆI NOĆENJA 2014	STRANI NOĆENJA 2014	INDEX
PRIJATELJI	14 343	800	13 543	13 193	957	12 236	109

BROJ IZNAJMLJIVAČA I BROJ POSTELJA U PRIVATNOM SMJEŠTAJU

1 474 IZNAJMLJIVAČA PO PAUŠALU

496 IZNAJMLJIVAČA PO NOĆENJU

1 970 UKUPNO

12 817 BROJ POSTELJA PO PAUŠALU

2 447 BROJ POSTELJA PO NOĆENJU

15 264 UKUPNO

PODACI ZA KORISNIKE KOJI SU PRIJAVLJIVALI PUTEM WEBA

GODINA	2012	2013	2014	2015
BROJ AKTIVNIH KORISNIKA	1 194	1 553	1 570	1960
BROJ PRIJAVA	66 745	81 078	80 279	86 486

Gotovo 100% iznajmljivača prijavljuje svoje goste putem interneta što je rezultiralo bržem i točnijem prijenosu podataka kako u Turističku zajednicu tako i u MUP.

PREGLED BROJA TURISTA ZA RAZDOBLJE 01.01.2015. – 30.09.2015.

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO TURISTI 2015.	DOMAĆI TURISTI 2015.	STRANI TURISTI 2015.	UKUPNO TURISTI 2014.	DOMAĆI TURISTI 2014.	STRANI TURISTI 2014.
HOTELI	41 242	4 920	36 322	38 876	4 961	33 915
OBITELJSKI SM.	96 882	4 726	92 156	89 784	4 097	85 687
KAMPOVI	18 489	300	18 189	17 268	401	16 867
ODMARALIŠTA	163	159	4	196	192	4
GOSTI UKUPNO	156 776	10 105	146 671	146 124	9 651	136 473
OSTALO(VIKENDAŠI)	5 436	2 119	3 317	5 810	2 360	3 450
UKUPNO	162 212	12 224	149 988	151 934	12 011	139 923

PREGLED BROJA NOĆENJA ZA RAZDOBLJE 01.01.2015. – 30.09.2015.

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO NOĆENJE 2015	DOMAĆI NOĆENJE 2015.	STRANI NOĆENJE 2015.	UKUPNO NOĆENJE 2014.	DOMAĆI NOĆENJE 2014.	STRANI NOĆENJE 2014.
HOTELI	222 670	22 669	200 001	213 377	22 268	19 109
OBITELJSKI SM.	773 358	31 630	741 728	735 132	27 296	707 836
KAMPOVI	132 990	2 545	130 445	119 388	3 433	115 955
ODMARALIŠTA	1 555	1 529	26	2 026	1 998	28
GOSTI UKUPNO	1 130 573	58 373	1 072 200	1 069 923	54 995	1 014 928
OSTALO (VIKENDAŠI)	82 963	34 990	47 973	83 277	39 993	43 284
UKUPNO	1 213 536	93 363	1 120 173	1 153 200	94 988	1 058 212

TURISTIČKI PROMET ZA PRVIH 10 ZEMALJA U RAZDOBLJU OD 01.01.2015 DO 30.09.2015.

Zemlja dolaska	Dolasci	Noćenja	Udjel noćenja	Indeks dolasci	Indeks noćenja
NJEMAČKA	49 599	459 515	37,87	101	102
AUSTRIJA	23 706	143 503	12,44	107	105
ITALIJA	17 351	117 898	9,72	115	110
SLOVENIJA	14 524	103 325	8,51	111	112
HRVATSKA	12 224	93 363	7,69	102	98
ČEŠKA	10 337	75 107	6,19	104	105
MAĐARSKA	10 774	60 247	4,96	120	117
SLOVAČKA	5 389	37 792	3,11	110	112
POLJSKA	4 898	35 539	2,93	107	107
ŠVICARSKA	1 890	8 808	0,73	110	101

DOLASCI I NOĆENJA PO ZEMLJAMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01.2015. DO 30.09.2015.

Zemlja	Dolasci 2015	Noćenja 2015	Dolasci 2014	Noćenja 2014
»nepoznato državljanstvo«	9	66	17	114
Albanija	17	178	26	134
Argentina	24	48	5	15
Australija	161	686	149	648
Austrija	23 706	150 964	22 086	143 503
Belgija	1 000	7 814	1106	8248
Bjelorusija	29	275	23	243
Bosna i Hercegovina	766	7 067	581	4 573
Brazil	45	244	29	136
Bugarska	43	210	35	171
Crna Gora	10	64	5	148
Češka	10 337	75 107	9 966	71 640
Čile	7	7	13	48
Danska	309	1 913	413	2514
Estonija	60	215	29	106
Finska	70	322	46	173
Francuska	1 662	6 565	1 370	6 010
Grčka	19	114	17	98
Hrvatska	12 224	93 363	12 011	94 988
Indija	12	31	7	11
Indonezija	5	14	8	25
Irska	75	303	92	386
Island	10	36	6	21
Italija	17 351	117 898	15 077	107 037
Izrael	45	75	28	62
Japan	56	182	19	84
Južnoafrička Republika	20	78	16	46
Kanada	191	526	165	606
Katar	0	0	3	3
Kazahstan	70	606	56	399
Kina	49	184	51	236
Koreja, Republika	12	47	4	13
Kosovo	38	201	32	196
Letonija	32	165	23	115
Lihtenštajn	4	19	8	60
Litva	83	487	53	310
Luksemburg	28	149	39	207
Mađarska	10 774	60 247	8 990	51 611
Makedonija	102	1158	133	1 389
Malta	0	0	4	12
Maroko	1	18	2	8
Meksiko	8	46	5	23
Nizozemska	1 202	7 968	1181	7 828
Norveška	210	1264	147	987
Novi Zeland	30	108	47	181
Njemačka	49 599	459 515	48 932	449 572
Ostale afričke zemlje	37	229	49	368
Ostale azijske zemlje	94	550	77	373
Ostale europske zemlje	62	261	134	605
Ostale zemlje južne i	61	342	52	311

srednje Amerike				
Ostale zemlje Oceanije	7	18	1	7
Poljska	4 898	35 539	4 575	33 352
Portugal	25	108	26	112
Rumunjska	869	5470	862	5 202
Rusija	468	3678	452	3 620
SAD	391	1206	407	1 634
Slovačka	5 389	37 792	4 880	33 844
Slovenija	14 524	103 325	13 062	92 584
Srbija	726	8 047	678	7 347
Španjolska	223	580	221	621
Švedska	497	2 668	507	2 732
Švicarska	1 890	8 808	1 713	8 704
Tajland	14	80	11	50
Tunis	2	2	0	0
Turska	54	369	60	425
Ujedinjena Kraljevina	1 201	5 950	912	4 768
Ujedinjeni Arapski Emirati	5	17	2	6
Ukrajina	270	1 950	198	1 597
UKUPNO	162 212	1 213 536	151 934	1 153 200

NOĆENJA OSTVARENA U TURISTIČKIM AGENCIJAMA

DER Banjol,Barbat	25 930
RAB INFO	18 104
EHO Barbat,Banjol	10 642
KATURBO	15 827
MATOVICA	4 410
KRISTOFOR	2 187
VALSIKA	3 103
UKUPNO	80 203

DOLASCI I NOĆENJA ZA RAZDOBLJE SVIBANJ – RUJAN 2015/2014 po mjesecima

MJESEC	DOLASCI 2015	DOLASCI 2014	INDEKS	NOĆENJA 2015	NOĆENJA 2014	INDEKS
SVIBANJ	8 521	5 902	144	38 184	24 814	154
LIPANJ	23 175	24 823	93	147 070	157 641	93
SRPANJ	50 187	45 303	111	404 120	371 928	109
KOLOVOZ	61 214	58 245	105	486 102	472 103	103
RUJAN	14 945	13 091	114	122 416	110 563	111

BORAVIŠNA PRISTOJBA-Raspodjela prihoda po korisnicima 01.01.-30.09.2015.

Korisnik	Iznos
100 prolazni račun	5.779.190,67
200 TZ općine/grada	3.625.286,37
210 proračun općine/grada	1.087.643,41
220 neto TZ općine/grada	2.537.642,36
300 TZ županije	557.692,38
400 Hrvatska turistička zajednica	1.394.518,63
500 Hrvatski crveni križ	57.792,78
600 HTZ razvojni projekti	144.481,00

TURISTIČKA ČLANARINA – Raspodjela prihoda po korisnicima 01.01.-30.09.2015.

Korisnik	Iznos
100 prolazni račun	709.031,60
200 TZ općine/grada	412.515,16
300 TZ županije	63.458,99
400 Hrvatska turistička zajednica	158.610,30
500 Porezna uprava (troškovi vođenja računa)	21.271,33
600 HTZ potpore nerazvijenim TZ	53.178,37

02. PRIHODI

Po financijskom izvješću za prvih devet mjeseci 2015 godine, TZG Raba je ostvarila 5.263.704,07 kuna, dok rebalansom predviđamo ostvariti 6.180.000,00 kuna, ili 9% više u odnosu na plan. Planiramo ostvariti identičan rezultat prihoda iz osnova BP. TČ se planira u identičnim planiranim iznosima. Povećanje ukupnih prihoda u odnosu na planirani ostvareni su iz nekoliko razloga i to::

- Uspjeli smo prenijeti 350.000,00 kuna više od planiranog i
- Sufinanciranja i ostali prihodi proračuna su veći od planiranih za 243.000,00 kuna.

Ukupno smo ostvarili za devet mjeseci 2015 godine 92% prihoda u odnosu na plan za 2015 godinu.

IZVJEŠĆE O NAPLATI PAUŠALNOG IZNOSA BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA RAZDOBLJE OD 1. SJEČNJA DO 30. RUJNA 2015. GODINE

Turistička zajednica	OKUPAN IZNOS									
	1	2	3	4	5 (3-4)	6	7	8 (6-7)	9 (4+7)	10 (5+8)
	Ostvareni broj noćenja za RAZDOBLJE 1-9-2015. godine	Uplaćeni iznos paušala za RAZDOBLJE 1-9-2015. godine	Neuplaćeni iznos paušala za RAZDOBLJE 1-9-2015. godine	Dug paušala iz razdoblja prije 2015.	Ostatak duga paušala iz razdoblja prije 2015.	Sveukupno uplaćeni paušal do 1-9-2015.	Ukupan dug paušala do 30-9-2015.			
HOTEL IMPERIAL+AUTOKAMP	294.688,00	1.636.824,50	247.761,52	1.389.062,98	0,00	1.389.062,98	247.761,52			
HOTEL ARBIANA	5.590,00	34.532,25	5.738,50	28.793,75	0,00	28.793,75	5.738,50			
HOTEL ISTRRA	12.903,00	81.556,25	49.939,50	31.616,75	0,00	31.616,75	49.939,50			
HOTEL INTERNATIONAL	27.203,00	149.258,75	26.597,73	122.661,02	0,00	122.661,02	26.597,73			
HOTEL PANSION TAMARIS	3.438,00	19.646,00	7.715,50	11.930,50	0,00	11.930,50	7.715,50			
UĐER INOVACIJE ODMARALIŠT	1.555,00	8.513,50	81,50	8.432,00	0,00	8.432,00	81,50			
LANDO RESORT KAMP	10.159,00	47.697,25	10.586,25	37.111,00	0,00	37.111,00	10.586,25			
VIKENDAŠI	82.963,00	189.141,25	0,00	189.141,25	0,00	189.141,25	0,00			
IZNAJMLJIVAČI PO NOĆENJU	65.972,00	453.894,32	3.058,36	450.835,96	42.266,98	3.585,23	41.740,11			
IZNAJMLJIVAČI PO PAUŠALU	709.065,00	3.827.550,00	350.956,90	3.476.593,10	173.858,66	28.600,00	496.215,56			
KAMATE PO OVRSI		827,13	0,00	827,13	0,00	0,00	0,00			
UKUPNO	1.213.536,00	6.449.441,20	702.435,76	5.747.005,44	216.125,64	32.185,23	886.376,17	183.940,41	5.779.190,67	886.376,17

TABLICA PRIHODA

R.B.	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	UDIO	OSTVARENO 1-9/2015	UDIO	REBALANS 2015.	UDIO	INDEKS REBAL. /PLAN
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	4.300.000,00	75,57	3.623.482,84	68,84	4.300.000,00	69,58	100
1.1.	boravišna pristojba tekuća godina	4.190.000,00	73,64	3.601.497,60	68,43	4.190.000,00	67,80	100
1.2.	boravišna pristojba prethodne godine	40.000,00	0,70	20.188,19	0,38	40.000,00	0,65	100
1.3.	boravišna pristojba plovni objekti	70.000,00	1,23	1.797,05	0,03	70.000,00	1,13	100
2.	Prihodi od turističke članarine	470.000,00	8,26	404.450,06	7,68	470.000,00	7,61	100
3.	Prihodi od donacija iz proračuna	200.000,00	3,52	0,00		0,00		#
3.1.	prihodi iz državnog proračuna	100.000,00	1,76	0,00		0,00		#
3.2.	prihodi iz županijskog proračuna	100.000,00	1,76	0,00		0,00		#
4.	Prijenos prihoda prethodne godine	549.500,00	9,65	899.172,33	17,08	899.172,33	14,55	164
5.	Ostali nespomenuti prihodi	170.500,00	3,00	239.348,84	4,55	413.577,67	6,69	243
5.1.	sufinanciranje sajмова i prezentacija	10.000,00	0,18	96.411,41	1,83	96.411,41		964
5.2.	sufinanciranje PR-a, novinara	10.000,00	0,18	0,00		13.800,00		138
5.3.	sufinanciranje manifestacija	120.000,00	2,11	0,00		100.000,00		83
5.4.	sufinanciranje tiskanog materijala	20.000,00	0,35	0,00		56.850,00		284
5.5.	ostali prihodi	10.500,00	0,18	921,91	0,02	4.500,74		43
5.6.	refundacija e-nautike HTZ-a	0,00		117.996,27	2,24	117.996,27		#
5.7.	sufinanciranje udruženog oglašavanja	0,00		24.019,25	0,46	24.019,25		#
6.	Prihodi od pružanja usluga	0,00		97.250,00	1,85	97.250,00	1,57	#
6.1.	Prihodi od oglašavanja, sponzorstva	0,00		97.250,00	1,85	97.250,00	1,57	#
	UKUPNO	5.690.000,00	100,00	5.263.704,07	100,00	6.180.000,00	100,00	109

5.1. sufinanciranje sajмова i prezentacija: HTZ 7.637,93 (Beč); Imperial 4.252,55 (St.Gallen), 8.223,78 (Vicenza), 10.975,61 (Padova); TZ Kvarner 49.833,73 (Stuttgart); TZO Lopar 10.000,00 (Stuttgart), 5.487,81 (Padova)

5.7. sufinanciranje udruž.oglaš: Imperial 14.937,94; Rapska plovidba 5.000,00; Hoteli Rab 1.516,23;

Udruženje obrtnika Rab 1.000,00; Cilika Rab 743,64; Kamp Lando resort 439,67; Rajka Rab 189,98; Arbiana 191,79

6.1. prihodi od oglašavanja: TIA Partner d.o.o. 50.000,00; EPH Media d.o.o. 47.250,00

I ADMINISTRATIVNI RASHODI

Zadaća koja je iz razloga E nautike povećana za iznos od 117.000,00 kuna ili 7%, a što se odnosi na zaposlenike MINT-a koji su bili zaposleni tijekom ljeta u Lučkoj kapetaniji. Sukladno potpisanom Ugovoru između MINT-a i HTZ-a, lokalne TZ potpisuju Ugovore sa zaposlenicima, isplaćuju im u redovnom režimu plaće a HTZ-e taj iznos refundira lokalnim zajednicama. Troškovi zaposlenika djelatnika Ureda i TIC-a TZG Raba ostali su u okvirima planiranih.

II DIZAJN VRIJEDNOSTI

01. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

U suradnji sa Gradom Rabom i njegovim odjelom za komunalnu djelatnost usuglašen je zajednički program koji se odnosi na poboljšanje uvjeta boravka gosta a odnosi se na ulaganje u javne površine. Godišnje akcije „Više cvijeća manje smeća“ – akcija dijeljenja sadnica kao i otočna akcija čišćenja javnih površina „Zelena čistka“ u suradnji sa Gradom Rabom postala je tradicionalni dio naših zadaća. Potpomogli smo akcije čišćenja podmorja KPA „Amfora“.

Ostvarilo se sa nešto manjim iznosom od planiranog i takvim iznosom i planiramo završiti ove zadaće.

02. Manifestacije

KULTRNO ZABAVNE

14 po redu najvrjednija manifestacija u vrednovanju kulturne baštine otoka, Rabska fjera ove je godine ponovo doživjela pravi vrhunac, promidžbeno i doživljajno.

Za Rabsku Fjeru smo potrošili gotovo 70% više od plana. Zašto - imamo sufinanciranje HTZ-a od 100.000,00 kuna

Ostale smo manifestacije isto tako popratili kako financijski tako i radno a sve sukladno financijskim mogućnostima (URS, RGV, Folklor, Klape, Rapska zvona, Limenu glazbu, Izložbe). Manifestacije koje su uvelike pridonijeli promidžbi i imidžu našega otoka (RRF, NP,), popratili smo koordinacijom sa POU i Gradom Rabom. One su se gotovo ostvarile u identičnim brojkama kako smo i planirali uz mala odstupanja.

Sve smo kulturne manifestacije popratili sa planiranim sredstvima izuzev spomenute već Rabske fjere. RNP se ostvario za značajno manjim sredstvima ali smo zato popratili ostale manifestacije koje su se ponudile otoku a u pridonijele obogaćivanju ponude za goste koji su već na otoku. Ukupno kulturno zabavne manifestacije popratiti ćemo sa 18% više sredstava od planiranih.

SPORTSKE MANIFESTACIJE

Sportske smo manifestacije popratili uglavnom sve, sukladno zahtjevima koji su pristigli u ured TZG Raba. Pratimo sve sportske manifestacije i događaje koji se događaju u pred i posezoni i koje su postale tradicionalne. Planiramo potpomognuti Jedriličarsku regatu u Kamporu i Klub jedrenja na dasci u uvali sv. Eufemija „Južni vjetar“.

Realizirati ćemo 88% od planiranog.

EKOLOŠKE MANIFESTACIJE

Ekološkim manifestacijama potpomažemo i iniciramo proizvodnju autohtonih izvornih proizvoda koji su vrlo bitni za ukupni turistički proizvod otoka.

Realizirali smo 80% programa koji smo planirali

Za Dane šparoga i Fešti od pomidori utrošili smo manje od planiranog dok se manifestacija Dani maslina nije održala i nemamo nikakav zahtjev za eventualnim održavanjem iste. Mjesec Rapske janjetine se pokazao punim pogotkom i tu smo utrošili nešto više sredstava od planiranih, u konačnici nije ni jedno ni drugo utjecalo na realizaciju i kvalitetu odrađivanja ovih zadaća.

Božić i Nova godina su manifestacije koje nas očekuju i tu planiramo realizirati nešto više od planiranog, naravno u suradnji sa Gradom Rabom i POU. Isto tako potpomažemo manifestacije, odnosno suorganizatori smo manifestacijama koje se održavaju po našim turističkim mjestima i tu ćemo realizirati nešto više od planiranog, međutim radi se o relativno malim iznosima koji nisu bitno utjecali na realizaciju ovih aktivnosti.

DMO

Započeti posao u 2013 godini dovršili smo odlukom u siječnju 2014 oko Slogana i Vizualnog identiteta. Na osnovu toga pristupilo se odabiru i realizaciji u 2014 godini

- Dizajnu vizuala i loga te knjizi standarda destinacije otok Rab
- Promjeni svih vizuala bill bordova
- Osmišljavanju i pripremanju roll up plakata za nastupe i prezentacije
- Odabiru tvrtke za izradom novih web stranica
- Pripremanje i dizajniranje svih promidžbenih materijala sukladnom novom vizualu.
- Pripremljen materijal za daljnju realizaciju i brendiranje odredišta
- Mystery guest – tajnim kupcem, ove smo godine ispitali najbolje djelatnike u turizmu za područje našeg otoka.

Zadaće dizajna vrijednosti pod rednim brojem 3 planiramo realizirati sa gotovo identičnim planiranim rezultatom ili sa 2% manje sredstava.

POTPORA DMO

Na sjednici Vijeća TZG Raba od 25 rujna, donesena je odluka da se sredstva koja su planirana za realizaciju Javnog prijevoza i projekata EU fondova prenamjene za sajmove i prezentacije, pa smo tako realizirali u odnosu na plan 35% zadaća.

Kroz ovu vrstu zadaća potpomogli smo daljnji razvoj DMO-a kroz PPS 365, Sky web, i mobilni vodič

III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

On line komunikacije planiramo odraditi sa 11 % više od planiranog:

- Internet oglašavanje kako je i navedeno, očekuju nas još ostale kampanje koje smo odradili i moraju doći na naplatu ili 33% %više (Livingston, Googl adwards i Facebook)
- Održavanje portala u planiranim iznosima, Statistike sa web stranicu:

Od 11.2.2014. do 30.9.2014. ostvareno je 119932 organskih posjeta

Od 11.2.2015. do 30.9.2015. ostvareno je 180017 organskih posjeta što je povećanje od **66.6%** (60085 organskih posjeta više)

- Set panorama identično planiranom.

Off line komunikacije planiramo završiti sa 4% više od planiranog

- Udruženo oglašavanje očekujemo povećati za 35%
- Opće oglašavanje 7% više od planiranog (tromjesečna kampanja avtomedija, mladina, fabrika, dnevnik, reise TV i dr.
- Oglašavanje udruženo sa TZK u planiranim iznosima
- PR agencije planiramo završiti sa 14% manje sredstava

Brošure i tiskani materijal planiramo ostvariti sa 8% više od planiranog

- Planiramo imidž katalog redizajnirati te tu očekujemo povećanje
- Kalendar događanja je isto tako, pošto smo radili separate za 4 mjeseca, doživio promjene na više.

Suvenirima i promo materijalima povećati ćemo zadaće u odnosu na plan za 14% više od planiranog

- Svim dobitnicima ORS koji su se javili na natječaj i dobili oznaku, TZG Raba otkupiti će količine za daljnju promociju autohtono otočnog.
- Nabavili smo u nekoliko navrata zastave za potrebe infrastrukture kao i banere za vrijeme održavanja Fjere.
- Pripremili smo i imidž vrećice Raba koje nisu bile planirane ali potrebne.
- Izmjestili smo i uskladištili staklenu izložbu koja je bila postavljena prigodom 120 godišnjice turizma otoka Raba.

Turistička signalizacija biti će ostvarena sa 40% manje sredstava od planiranih.

- Ove godine nismo obilježavali biciklističke staze jer nije bilo moguće obilježiti nešto što nismo na terenu prije pripremili i odradili. Sve što je na karti je obilježeno i na terenu.
- Instaliran je info kiosk na trajektnom pristaništu Stinica.
- Promijenjeni su i novodizajnirani svi panoi na City light vitrinama.

Smeđa signalizacija je odrađena sa 36% manje sredstava od planiranih

- Signalizaciju smo odradili na jedan drugačiji i jeftiniji način od planiranog a postigli smo iste rezultate. Naime umjesto kompletnog izmještaja i postavljanja novih elemenata mi smo signalizaciju promijenili a postolja prefarbali.

Ukupno zadaće pod rednim brojem III Komunikacija vrijednosti, ili sve gore navedeno, planiramo ostvariti sa 2% više sredstava od planiranih.

IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Sajamske smo aktivnosti odradili u potpunosti, u suradnji sa TZO Lopara, Imperial d.d. i TZK.

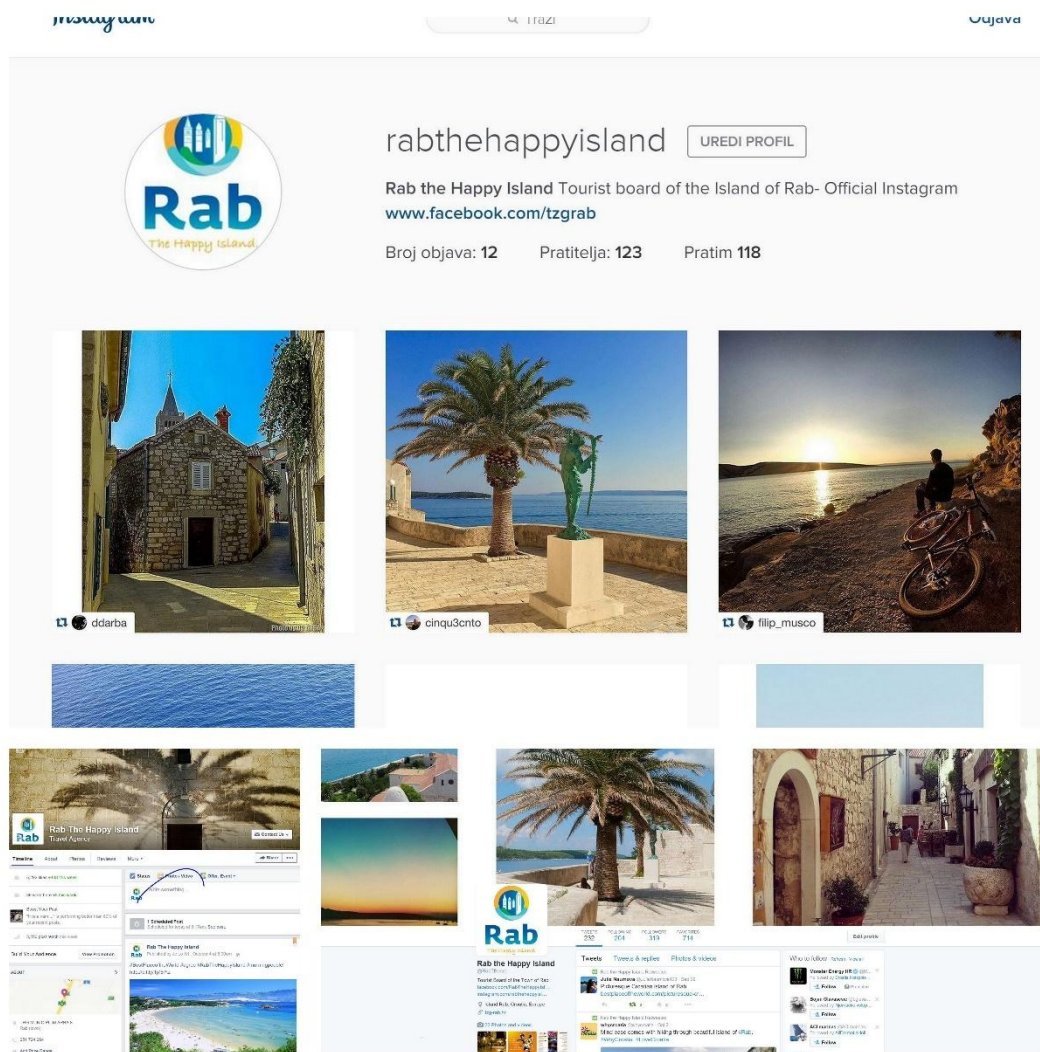
Sajamske smo aktivnosti realizirali sa 35% više sredstava od planiranih, a sve sukladno prenamjeni sredstava odlukom Vijeća

Studijska putovanja novinara i agenata planiramo završiti u identičnim planiranim rezultatima.

Ovogodišnje prezentacije bilježe značajan rast ostvarenja iz razloga:

- Nastup URS na sajmu u Stuttgartu, u suradnji sa TZK koja je bila Regija partner na spomenutom sajmu.

TABLICA DRUŠTVENE MREŽE



Izvrješće: održavanje društvenih mreža Facebook, Twitter, Instagram #RabTheHappyIsland- Turistička zajednica grada Raba

Hashtag i naziv korišten za sve društvene mreže trenutno aktivne u sklopu promidžbe TZ Rab jest "RabTheHappyIsland" u svrhu uspostave novog vizualnog standarda i jačanja prepoznatljivosti novog slogana, ili ključnih riječi, u kontekstu aktivnosti na Internetu.

FACEBOOK

Upravo zbog prethodno navedenog razloga, 18.3. pokrenuta je nova FCBK stranica s novim nazivom i strategijom. U periodu između 18.3.- 14.9.- stranica je prikupila 5249 followera, od čega je do istih došla organskim i plaćenim putem. Ukupan budžet uloženi u 19 kampanja: \$574.56 (3.834 KN).

Riječ je o testnim kampanjama kako bi se prvo detektirao najveći interes i kako bi se znao strateški rasporediti ostatak budžeta namijenjen za promidžbu stranice i prikupljanje followera. Pojedine kampanje iskorištene su za promidžbu strateških evenata u destinaciji.

Statistički, najveći reach dosegnut je u populaciji:

- Spol: žene (62%),
- Dob: od 35-44 godine,
- Geografski: najvećem broju (oko 3000) s prostora bivše Jugoslavije, nakon čega u značajnijem omjeru slijede, Italija, Njemačka, Mađarska, Austrija.

Ukupni planirani budžet za oglašavanje: 10.000,00 KN (do kraja 2015.)

Trenutno aktivne 4 kampanje za inozemno tržište: Italija, Austrija, Njemačka, UK.

U prosjeku se objavljuje 3 puta tjedno, u sezoni češće, a naročito kod strateških manifestacija.

Dosadašnja strategija je bila privući što veći broj aktivnih followera kako bi sadržaji objavljeni na stranici imali veći doseg i konstruktivno angažirali ciljane skupine. Također, namjera je istaknuti medijska praćenja i pozitivan PR, kao i apostrofirati dojmove posjetitelja koji ostavljaju pozitivan feedback na društvenim mrežama. Statistika dosega pojedinih objava upravo pokazuje da su najčitanije objave, ujedno i one koje se najviše dijele, objave fotografija posjetitelja te medijska promidžba destinacije uz pojedine objave vezane uz aktualnosti u destinaciji.

Ljetni mjeseci iskorišteni su za testne kampanje kako bi se demografski detektirao najveći interes, a organski prikupio što veći broj followera koji češće pretražuju sve o destinaciji na Internetu i veća je vjerojatnost da će do stranice doći pretraživanjem. Nakon toga napravljen je marketing plan za preostali iznos od ukupnog ovogodišnjeg budžeta za FCBK promidžbu, koji će biti raspoređen prema skupinama s najviše dosega. Kampanje su u tijeku.

Cilj je postepeno podizanje broja followera kako bi se radila konstruktivna i kvalitetna baza angažiranih visitor koji sheraju informacije i dojmove, uključuju se u rasprave i komentiranja, koriste jedinstveni hashtag zbog lakše prepoznatljivosti, pretraživosti i dosega.

TWITTER

Ukupan broj followera je 319.

Twitter je društvena mreža na kojoj se TZ odlučio prikupljati followere organski, bez budžeta namijenjenog u tu svrhu.

U prosijeku se sharea, retvita, komentira, odgovara i autorski obradi na desetke objava tjedno.

Cilj i na ovoj mreži je uspostava jedinstvenog hashtaga kod korisnika, kako bi se lakše pratila dodijeljenja i postigao kvalitetan reach, što će dodatno povećati i broj followera na samoj stranici istoga imena.

INSTAGRAM

Zbog procjene važnosti uspostave profila na Instagramu zbog brandiranja samog naziva, zauzimanja istoga, pretraživanja i pozicioniranosti, povremeno se održava aktivnost i na ovoj društvenoj mreži na kojoj ponajviše posjetitelja ostavlja svoje fotografije i dojmove iz destinacije. Unatoč minimalnoj aktivnosti, stranica je prikupila 123 pratitelja.

TABLICA NOVINARI

Popis predstavnika stranih medija koji su u sezoni 2015. posjetili otok Rab.

* razdoblje: travanj 2015. do listopad 2015.

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

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Chris Bushill	GB	Freelance	G.H. Imperial	09.05.-10.05.
2.	Trishala Maheshvari	GB	Travel XP Channel	Privatno	19.05.-21.05.
3.		GB	Travel XP Channel	Privatno	19.05.-21.05.
4.	Vanessa Teering	NL	Reisgraag.nl	Residance SM	08.06.-11.06.
5.	Thomas Lenting	NL	Reisgraag.nl, Freelance	Residance SM	08.06.-11.06.
6.	Annie Kobus	PL	National Geographic PL	Residance SM	25.07.-27.07.
7.	Krzysztof Kobus	PL	National Geographic PL	Residance SM	25.07.-27.07.
8.	Martin Rechsteiner	CH	Freelance, Blogger	G.H. Imperial	26.09.-27.09.
9.	Francoise Cus	BE	Magazine Nautica	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
10.	Koen Vanderpoorten	BE	Varen, Aquamedia	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
11.	Melanie de Vries	NL	360* Outdoormagazine	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
12.	Yvonne Dudock	NL	360* Outdoormagazine	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
13.	Sebastian Bedaux	BE	De Morgen Magazine	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
16.		DE	Freelance	G.H. Imperial	09.05.-12.05.
24.		IT	Freelance	G.H. Imperial	24.07.-27.07.
25.	Gunther Perje	DE	Reise TV	Padova	25.07.-27.07.
26.	Sabine Walter	DE	Reise TV	Padova	25.07.-27.07.

- U suradnji sa PR agentom za Nizozemsku TravelPProof :

	Ime i Prezime	Ze mlj a	Medij	Hotel	Period
1.	Linda Korsten	NL	Fiets Actiev, Het Parool	GH Imperial	07.05.-14.05.
2.	Marko Mulders	NL	Freelance	GH Imperial	07.05.-14.05.
3.	Linnemoor Loije	NL	BNN TV, 3 op Reis	GH Imperial	10.08.-11.08.
4.	Geraldine Kemper	NL	BNN TV, 3 op Reis	GH Imperial	10.08.-11.08.
5.	Kim Smeekes	NL	BNN TV, 3 op Reis	GH Imperial	10.08.-11.08.
6.	Bart Stoffers	NL	BNN TV, 3 op Reis	GH Imperial	10.08.-11.08.
7.	Mark Wagemakers	NL	Travel Valley, Joop.nl, Bouillon	GH Imperial	26.09.-29.09.
8.	John de Graaf	NL	Puur op Reis, Puur Naturisme	GH Imperial	26.09.-29.09.

Suradnja sa PR agenturom TavelPProof iz Nizozemske započeta je u siječnju 2015. godine. i prema ugovor, vrijednom 6.000,00 Eura, traje do isteka kalendarske 2015. godine.

Odrađene zajedničke aktivnosti rezultirale su objavama u nizozemskim i belgijskim medijima, kako u klasičnim tiskanim, tako i u online medijima u ukupnoj vrijednosti od 110.000,00 Eura

Suradnja sa navedenim medijima, posebno sa TV postajom BNN TV, rezultirati će reportažom u 2016., o Hrvatskoj, a u kojoj će biti predstavljen i Rab, a vrijednost tih nekoliko minuta je iznimno velika.

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

	Ime i Prezime	Ze mlj a	Medij	Hotel	Period
1.	Heinz Grotsching	AT	Alpe Adria Magazin	Hotel Padova	30.03. – 02.04.
2.	Volker Feuerstein	DE	Fuldaer Zeitung, Reise Journal	GH Imperial	26.05. – 29.05.
3.	Claudia Diemar	DE	Freelance	Hotel Barbat	01.06. – 03.06.
4.	Thomas Breitling	DE	ACE.de, ACE Magazin	GH Imperial	02.06. – 04.06.
5.	Werner Graff	DE	BW Magazin	GH Imperial	04.06. – 06.06.

Suradnja sa PR agenturom A.R.T. iz Austrije, započeta je u veljači 2015. i prema Ugovoru vrijednom 6 000,00 Eura traje do isteka 2015. godine. U spomenutom razdoblju ostvareno je 5 press putovanja, slanje 3 newslettera, a sve zajedno rezultiralo je čitavim nizom objava u ukupnoj vrijednosti od 146.461,00 Eura. U spomenuti iznos nisu uračunate vrijednosti online objava na 7 različitih web portala. Objave nekih od prethodno spomenutih medija, očekuju se i u idućoj 2016. godini.

- Samostalno TZG Raba

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Henry Cole	GB	Travel Channel TV	Residance SM	17.05.-18.05.
2.	Nina Rieck	GB	Travel Channel TV	Residance SM	17.05.-18.05.
3.	Luke Clayden	GB	Travel Channel TV	Residance SM	17.05.-18.05.
4.	Hamish Rieck	GB	Travel Channel TV	Residance SM	17.05.-18.05.
5.	Željko Stuić	HR	Nautical Channel TV	Privatno	05.06.-07.06.
6.	Vlatka Pokos	HR	Nautical Channel TV	Privatno	05.06.-07.06.
7.		GB	Nautical Channel TV	Privatno	05.06.-07.06.
8.		GB	Nautical Channel TV	Privatno	05.06.-07.06.
9.	Duša Podbevšek	SI	Dnevnik SI	GH Imperial	25.07.-27.07.
10.	Sebastijan Hočevar	SI	Traveller Magazin	Hotel International	25.07.-27.07.
11.	Gerald Nowak	DE	Tauchen Magazin	GH Imperial	23.08.-29.08.
12.	Sibylle Gerlinger	DE	Tauchen Magazin	GH Imperial	23.08.-29.08.

Jedan vid Tv/online suradnje dogovoren je sa produkcijskom ekipom, vodećeg svjetskog nautičkog lifestyle TV kanala, **Nautical Chanel** koji se emitira u 44 zemlje svijeta.

U sklopu serijala **Sail-Ho Croatia** predstaviti će se i sve nautičke strasti Raba. Snimanja za ovaj projekt odvijala su se na proljeće i ljeto, a emitiranje će započeti u prosincu 2015. i trajati će do sredine 2016. godine. Inače cijeli serijal će biti proizveden na engleskom jeziku, a prevesti će se i na njemački, francuski i ruski jezik.

S obzirom da je Nautical Chanel jedan od najutjecajnijih nautičkih kanala u svijetu, biti će ovo idealna prilika da Rab predstavimo isključivo ciljanoj publici, koju zanima nautika, sport, općenito gledano jednoj veoma poželjnoj skupini gostiju.

Isto tako dogovorena je suradnja sa još jednim svjetski poznatim Tv kanalom, a riječ je o **Travel Channelu**. Njihova Tv ekipa boravila je na Rabu sredinom svibnja 2015. kao bi snimili reportažu za **World's Greatest Motorcycle Rides**. Dakle, Rab će od strane poznatog engleskog voditelja Henry Colea biti preporučan kao jedna od destinacija koju obavezno treba posjetiti na ruti od Italije do Crnog mora.

Osim Henry Colea, još jedna veoma cijenjena osoba iz svijeta medija boravila je na Rabu ovog kolovoza, a riječ je o jednom od najpoznatijih njemačkih novinara i fotografa, gospodinu Gerald Nowaku. Sa gospodinom Nowakom, a uz pomoć i suradnju Kron Diving Centra, njemačkom tržištu će biti prikazane i približene sve podmorske zanimljivosti Raba.

Skladištenje materijala sveli smo na zanemarljive iznose, mi praktično radimo jednogodišnji materijal kojemu je potrebno maksimalno dva mjeseca skladištenja prije distribucije na sajmove, dok se ostatak pohrani u Uredu TZG Raba.

Ukupno smo zadaće pod rednim brojem IV Distribucija i prodaja vrijednosti planiramo realizirati sa 31 % više sredstava.

V INTERNI MARKETING

Edukacija je neminovnost kako zaposlenika tako i svih sudionika turističkog otočnog gospodarstva. Do kraja 2015 godine planira se realizirati jedinstveni prijavno odjavni sustav na nivou cijele države „E visitor“, te iz tih osnova nas očekuje dosta edukativnih radionica na tu temu sa ukupnim otočnim gospodarstvom i privatnim iznajmljivačima.

DHT odrađeni su ove godine u Poreču gdje je Grad Rab primio priznanje i nominaciju među tri najbolja u kategoriji Destinacija godine – Autentična primorska destinacija „Malo misto“ Dugogodišnji gosti su redovita briga Ureda TZG Raba.

Aktivnosti pod rednim brojem V Interni marketing planiramo realizirati sa planiranim sredstvima.

VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Ovim zadaćama pratimo rad na jedinstvenom informatičkom sustavu kao i formiranje baze podataka. Naime pripremili smo nove fotografije sa domaćim fotografima koje smatramo – tematski, trebamo upotrijebiti za daljnju promidžbu i marketinšku infrastrukturu.

- 1 i to zadnji od planirana 4 video klipa biti će na raspolaganju do kraja godine - best off (kultura, gastro, event)
- Nadopunili smo web stranicu virtualnim šetnjama našom kulturno povijesnom baštinom te ćemo istu nastaviti i u 2016 godini.
- Planiramo otkupiti fotografije i stvarati daljnju bazu fotografija novim materijalima.
- Procjenjujemo da ćemo za JTIS (prijava i odjava), a kako bi se svi usavršili ostvariti planirane iznose.

Ove će zadaće biti odrađene u planirano zadanim vrijednostima

VII POSEBNI PROGRAMI

- Ove vrste zadaća planiramo završiti u zadanim vrijednostima. Radi se o malim iznosima koji će koristiti upravo za one zadaće koje su i programom navedene – planovi razvoja, marketinške planove i ostalo.

IX TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU 30%

Naravno ne smije zaboraviti niti dio sredstava koja se sukladno članku 26 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno odredbama članka 20 Zakona o boravišnoj pristojbi, raspodjeljuju jedinici lokalne samouprave.

U proračun Grada Raba izdvojiti ćemo sukladno planiranom prihodu iz osnova BP za tekuću godinu ili cca 1.269.000,00 kuna ili identično planiranom.

Temeljem dosadašnje prakse i preporuke internih revizorskih tvrtki, TZG Raba kontinuirano prenosi dio sredstava u iduću godinu zbog normalnog funkcioniranja tijekom

prvih sedam mjeseci u godini i radi svih pripremnih zadaća koje nas očekuju tijekom istih, pa smo tako učiniti i ove godine. Za normalno funkcioniranje potrebno je najmanje 700.000,00 Planiramo prenijeti 565.000,00 kuna u 2016 godinu.

03. ZAKLJUČAK

Smatramo da smo poslovnu turističku godinu, s obzirom na sve okolnosti i turističke momente koji nas prate tijekom svake turističke sezone, svi zajedno odradili ponovo dobro. Slobodno možemo reći, po fizičkim pokazateljima jedna od najboljih turističkih sezona u posljednjih deset godina. Dostigli smo i premašili prošlogodišnje fizičke pokazatelje, koji nisu baš najbolje mjerilo uspješnosti iz dobro poznatih razloga (vrijeme, blagdani, i sl.), pa se isto tako nadamo da će i financijski rezultati po izvještajima gospodarstva i resornih ministarstva tijekom veljače po završnim računima biti zadovoljavajući. Zašto je 2015 do sada najbolja turistička godina, zato jer kada je usporedimo sa 2013, a kada je bila dobra turistička sezona, statistike i pokazatelji premašuju i te brojke za 1 do 2 %.

Zahvaljujemo se svima na dobroj suradnji i zajedničkom naporu.

TABLICA RASHODA

R.B.	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	UDIO	OSTVARENO 1-9/2015	UDIO	REBALANS 2015.	UDIO	INDEKS REBAL./ PLAN
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.573.000,00	29,05	1.235.218,59	29,27	1.690.996,27	30,13	107
1.	RASHODI ZA RADNIKE	1.199.000,00	22,15	980.480,35	23,23	1.310.036,27	23,34	109
1.1.	ured	590.000,00	10,90	428.200,94	10,14	590.000,00	10,51	100
1.2.	TIC	609.000,00	11,25	441.243,14	10,46	609.000,00	10,85	100
1.3.	e-nautika	0,00		111.036,27	2,63	111.036,27	1,98	#
2.	RASHODI UREDA, TIC-A, E-NAUTIKA	350.000,00	6,46	241.187,04	5,72	356.960,00	6,36	103
2.1.	ured	195.000,00	3,60	132.867,15	3,15	195.000,00	3,47	100
2.2.	TIC	155.000,00	2,86	101.359,89	2,41	155.000,00	2,76	100
2.3.	e-nautika	0,00		6.960,00	0,16	6.960,00	0,13	#
3.	RASHODI ZA RAD TIJELA TZG	24.000,00	0,44	13.551,20	0,32	24.000,00	0,43	100
3.1.	Skupština	12.000,00	0,22	12.335,71	0,29	20.000,00	0,36	167
3.2.	Turističko vijeće	10.000,00	0,18	1.215,49	0,03	3.000,00	0,05	30
3.3.	Nadzorni odbor	2.000,00	0,04	0,00		1.000,00	0,02	50
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	963.000,00	17,79	661.047,92	15,66	916.000,00	16,32	95
1.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	50.000,00	0,92	35.508,09	0,84	40.000,00	0,71	80
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku	50.000,00	0,92	35.508,09	0,84	40.000,00	0,71	80
1.1.1.	Više cvijeća manje smeća	15.000,00		17.109,00		21.600,91		
1.1.2.	Akcije čišćenja plaža i mjesta	10.000,00		8.399,09		8.399,09		
1.1.3.	Uređenje plaža	25.000,00		10.000,00		10.000,00		

2.	MANIFESTACIJE	648.000,00	11,97	545.677,81	12,93	723.000,00	12,88	112
2.1.	Kulturno-zabavne	465.000,00	8,59	474.507,31	11,24	549.710,00	9,80	118
2.1.1.	14. Rabska fjera	120.000,00		202.175,05		202.280,05		
2.1.2.	Udruga rapskih samostrelčara	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.3.	Rab summer festival (Rab rocks)	120.000,00		112.080,06		115.000,00		
2.1.4.	Rab nautic passion	30.000,00		8.070,03		9.000,00		
2.1.5.	Kanata	40.000,00		0,00		50.000,00		
2.1.6.	Rapske glazbene večeri	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.7.	Klape	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.8.	Folklor	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.9.	Limena glazba	20.000,00		0,00		15.000,00		
2.1.10.	Rapsko likovno ljeto	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.11.	Rapska zvona	20.000,00		15.091,67		20.000,00		
2.1.12.	Ostalo	15.000,00		37.090,50		38.429,95		
	Dan državnosti 9.731,81; Swiss made band 6.937,00; Rab fashion show 8.000,00; Brod kulture 2.307,50; Gustafi 6.012,50; J.Butorac & M.Žmak 2.600,00; Dan grada 134,00; Kabiljo/Štefančić 1.367,69							
2.2.	Sportske manifestacije	48.000,00	0,89	16.290,00	0,39	41.290,00	0,74	86
2.2.1.	Udičarenje	5.000,00		0,00		5.000,00		
2.2.2.	Triatlon	5.000,00		5.000,00		5.000,00		
2.2.3.	Kup u podvodnom ribolovu	3.000,00		0,00		3.000,00		
2.2.4.	Vaterpolo turnir	3.000,00		3.000,00		3.000,00		
2.2.5.	Teniski turniri	4.000,00		4.000,00		4.000,00		
2.2.6.	Kajak regata	4.000,00		0,00		4.000,00		
2.2.7.	Jedriličarska regata	4.000,00		0,00		4.000,00		
2.2.8.	Utrka MTB	15.000,00		4.290,00		4.290,00		
2.2.9.	Trekking	5.000,00		0,00		5.000,00		
2.2.10.	Rukometni turnir 4 zvonika	0,00		0,00		4.000,00		
2.3.	Ekološke manifestacije	95.000,00	1,75	34.813,87	0,82	73.000,00	1,30	77
2.3.1.	Eko šetimana	30.000,00		0,00		30.000,00		
2.3.2.	Dani maslina i maslinovog ulja	10.000,00		0,00		0,00		
2.3.3.	Dani šparoga	15.000,00		8.739,11		8.739,11		
2.3.4.	Fiesta di salsa	20.000,00		0,00		5.000,00		
2.3.5.	Festival rapske janjetine	20.000,00		26.074,76		29.260,89		
2.4.	Ostale manifestacije	20.000,00	0,37	0,00	0,00	30.000,00	0,52	150
2.4.1.	Božić	10.000,00		0,00		15.000,00		

2.4.2.	Nova godina	10.000,00		0,00		15.000,00		
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifest.)	20.000,00	0,37	20.066,63	0,48	29.000,00	0,52	145
2.5.1.	Tradicijska i kulturna događanja u mjestima	20.000,00		20.066,63		29.000,00		
	Karneval 10.066,63; Križi 4.000,00; Šištovica 3.000,00; Petrova 3.000,00							
3.	DMO	95.000,00	1,75	48.426,60	1,15	93.000,00	1,66	98
3.1.	DBM	70.000,00	1,29	40.086,10	0,95	68.000,00	1,21	97
3.2.	Mystery guest	20.000,00	0,37	8.340,50	0,20	20.000,00	0,36	100
3.3.	Kvarner family	5.000,00	0,09	0,00	0,00	5.000,00	0,09	100
4.	POTPORA RAZVOJU DMO-A	170.000,00	3,15	31.435,42	0,74	60.000,00	1,07	35
4.1.	Projekt PPS Hrvatska 365	40.000,00	0,74	11.435,42	0,27	20.000,00	0,36	50
4.2.	Mobilni vodič	30.000,00	0,55	20.000,00	0,47	40.000,00	0,71	133
4.3.	Javni prijevoz	80.000,00	1,49	0,00		0,00		#
4.4.	Projekti EU fondova	20.000,00	0,37	0,00		0,00		#
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1.127.000,00	20,82	803.524,14	19,04	1.155.000,00	20,59	102
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	160.000,00	2,96	104.047,76	2,47	190.000,00	3,39	119
1.1.	Internet oglašavanje	90.000,00	1,67	55.224,50	1,31	120.000,00	2,14	133
	APL Media 15.658,58; Udruga Livingstone 10.440,00; Petit Fute 11.655,00; Arbona 10.000,00; Facebk 3.890,83; Dnevnik 3.275,09; Rab bit 200,00; Bank.usl. 105,00							
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	70.000,00	1,29	48.823,26	1,16	70.000,00	1,25	100
1.2.1.	Održavanje i redizajn internet stranica	40.000,00		18.589,51		39.766,25		
1.2.2.	Sed panorama	30.000,00		30.233,75		30.233,75		
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	817.000,00	15,09	586.851,38	13,90	852.375,00	15,19	104
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - Udruženo oglašavanje	70.000,00	1,29	78.461,97	1,86	95.000,00	1,70	136
	KG Media, At 53.362,09; Arbona 24.889,88; Bank.usluge 210,00							
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	130.000,00	2,40	136.624,63	3,24	140.000,00	2,49	108

	Avtomedija 6.096,00; Mladina 5.547,02; Fabrika 11.437,50; Dnevnik 19.208,09; Reise TV 22.534,79; KG Media Poreč 4.750,00; Eho 450,00; Rab Bit 1.265,00; Video studio Piloto 1.000,00; Zone six Zg 4.750,00; Adam Kaj 4.875,00; Tip Kreativa 15.000,00; Obrt Amali doare 10.000,00; HRT 5.076,56; Novi list 6.250,00; Otvoreni radio 12.500,00; Eupr Tenderi 1.603,76; Imperial 1.364,91; Put.troš. 1.446,00; Bank.usl. 1.470,00							
2.3.	Avio oglašavanje TZPGŽ	30.000,00	0,55	56.186,86	1,33	56.186,86	1,00	187
2.4.	PR agenture	135.000,00	2,49	23.010,00	0,55	118.000,00	2,10	87
2.4.1.	Nizozemska	50.000,00		0,00		50.000,00		
2.4.2.	TZPGŽ (sufinanc. DE,GB,IT,SLO)	25.000,00		0,00		21.265,06		
2.4.3.	PR mediji	20.000,00		0,00		0,00		
2.4.4.	Newsletteri	20.000,00		0,00		0,00		
2.4.5.	Njemačka	20.000,00		23.010,00		46.734,94		
2.5.	Brošure i ostali tiskani materijali	267.000,00	4,94	177.065,01	4,20	286.375,00	5,10	107
2.5.1.	Imidž brošura Rab	80.000,00		0,00		100.000,00		
2.5.2.	Rab expirience brošura	50.000,00		47.000,00		47.000,00		
2.5.3.	Info karta grada Raba	40.000,00		38.875,00		38.875,00		
2.5.4.	Letci i separati	10.000,00		2.800,00		10.000,00		
2.5.5.	Biciklistička karta otoka	70.000,00		62.500,00		62.500,00		
2.5.6.	Kalendar događanja	17.000,00		25.890,01		28.000,00		
2.6.	Suveniri i promo materijali	55.000,00	1,02	59.259,25	1,40	76.813,14	1,37	140
2.6.1.	Suveniri	20.000,00		1.450,50		19.004,39		
2.6.2.	Banneri i zastave	20.000,00		44.158,75		44.158,75		
2.6.3.	Promo majice	15.000,00		0,00		0,00		
2.6.4.	Stakleni panoi Raba	0,00		3.900,00		3.900,00		
2.6.5.	Vrećice Rab	0,00		9.750,00		9.750,00		
2.7.	Turistička signalizacija	130.000,00	2,40	56.243,66	1,32	80.000,00	1,43	62
2.7.1.	Biciklističke i pješačke staze	40.000,00		0,00		0,00		
2.7.2.	Info kiosk	80.000,00		39.390,00		50.000,00		
2.7.3.	City light	10.000,00		16.853,66		30.000,00		
3.	SMEĐA SIGNALIZACIJA	150.000,00	2,77	112.625,00	2,67	112.625,00	2,01	75
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	312.000,00	5,76	395.501,83	9,37	411.000,00	7,32	132
1.	SAJMOVI	122.000,00	2,25	169.029,92	4,01	169.100,00	3,01	139
1.1.	Beč, Austrija	7.500,00	0,14	21.427,31	0,51	21.427,31	0,38	286
1.2.	Stuttgart, Njemačka	20.000,00	0,37	31.438,83	0,74	31.438,83	0,56	157

1.3.	Muenchen, Njemačka	14.000,00	0,26	6.514,50	0,15	6.514,50	0,12	47
1.4.	Nuenberg, Njemačka	9.500,00	0,18	11.407,14	0,27	11.407,14	0,20	120
1.5.	Padova, Italija	10.000,00	0,18	33.669,90	0,80	33.669,90	0,60	337
1.6.	St.Gallen, Švicarska	10.000,00	0,18	26.894,11	0,64	26.894,11	0,48	269
1.7.	Utrecht, Nizozemska	9.000,00	0,17	10.025,80	0,24	10.095,88	0,18	112
1.8.	Essen, Njemačka	9.000,00	0,17	6.460,75	0,15	6.460,75	0,12	72
1.9.	Zurich, Švicarska	10.000,00	0,18	0,00		0,00		#
1.10.	Vicenza, Italija	13.000,00	0,24	21.191,58	0,50	21.191,58	0,37	163
1.11.	Brno, Češka	10.000,00	0,18	0,00		0,00		#
2.	STUDIJSKA PUTOVANJA	100.000,00	1,85	86.539,62	2,05	100.000,00	1,78	100
2.1.	Novinari	80.000,00	1,48	72.924,05	1,73	80.000,00	1,43	100
2.2.	Agenti	20.000,00	0,37	13.615,57	0,32	20.000,00	0,35	100
3.	POSEBNE PREZENTACIJE	80.000,00	1,48	139.396,29	3,30	140.000,00	2,50	175
3.1.	Hrvatska	10.000,00	0,18	8.882,61	0,21	8.882,61	0,16	89
3.2.	Slovenija	15.000,00	0,28	0,00		0,00		#
3.3.	Njemačka	45.000,00	0,84	105.161,74	2,49	105.161,74	1,88	234
3.4.	Italija	10.000,00	0,18	0,00		0,00		#
3.5.	Nizozemska	0,00		3.548,26	0,08	3.548,26	0,06	#
3.6.	Grad prijatelj - Koenigsbrunn	0,00		5.952,00	0,14	5.952,00	0,11	#
3.7.	Grad prijatelj -San Marino	0,00		15.851,68	0,38	16.455,39	0,29	#
4.	DISTRIBUCIJA MATERIJALA I NAJAM SKLADIŠTA	10.000,00	0,18	536,00	0,01	1.900,00	0,03	19
V.	INTERNI MARKETING	70.000,00	1,29	24.397,33	0,58	70.000,00	1,25	100
1.	EDUKACIJA	20.000,00	0,37	3.212,75	0,08	30.000,00	0,54	150
2.	KOORDINACIJA SUBJEKATA KOJI SU NEPOSREDNO ILI POSREDNO UKLJUČENI U TURISTIČKI PROMET	10.000,00	0,18	2.853,08	0,07	5.000,00	0,09	50
3.	NAGRADE I PRIZNANJA	40.000,00	0,74	18.331,50	0,43	35.000,00	0,62	87
3.1.	Volim Hrvatsku DHT	20.000,00	0,37	10.248,50	0,24	20.000,00	0,36	100
3.2.	Dugogodišnji gosti	20.000,00	0,37	8.083,00	0,19	15.000,00	0,26	75
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	95.000,00	1,75	13.938,22	0,33	95.000,00	1,69	100
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	30.000,00	0,55	6.000,00	0,14	60.000,00	1,06	200
1.1.	video klip eko	30.000,00	0,55	0,00		30.000,00	0,53	100
1.2.	virtualne šetnje kulturno- arhitektonske znamenitosti	0,00		6.000,00	0,14	30.000,00	0,53	#
2.	DVD Rab	30.000,00	0,55	0,00		0,00		#
3.	Formiranje baze podataka	20.000,00	0,37	0,00		20.000,00	0,36	100

4.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	10.000,00	0,19	6.700,00	0,16	10.000,00	0,18	100
5.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	5.000,00	0,09	1.238,22	0,03	5.000,00	0,09	100
VII.	POSEBNI PROGRAMI	5.000,00	0,09	0,00	0,00	5.003,73	0,09	100
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	5.000,00	0,09	0,00	0,00	5.003,73	0,09	100
VIII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.269.000,00	23,45	1.086.661,39	25,75	1.269.000,00	22,61	100
	SVEUKUPNO RASHODI	5.414.000,00	100,00	4.220.289,42	100,00	5.612.000,00	100,00	104
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	276.000,00				568.000,00		206

ZAKLJUČAK:

Shodno gore navedenim materijalima i financijskim podacima, TZG Raba planira do kraja kalendarske godine ostvariti 6.180.000,00 kuna i to je 9% više u odnosu na plan. Predloženim rebalansom predviđamo ostvariti 5.612.000,00 kuna rashoda ili 4% više u odnosu na plan. Pošto su prihodi veći od Zakonski dozvoljene granice, (5%, sa rashodima to nije slučaj), kada je potrebno raditi rebalans plana, TZG Raba, je sukladno Zakonskim odredbama, pripremila prijedlog rebalansa financijskog plana TZG Raba za 2015 godinu, svim tijelima zajednice na usvajanje.

Nedjeljko Mikelić bacc.oec.
**385 0 51 777005;
**385 0 98 258376;
E-mail: nedo.mikelic@rab-visit.com