



**TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA RIJEKE**

TURISTIČKI URED

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU GODIŠNJEG
PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA RIJEKE
ZA 2022. GODINU**



Rijeka, ožujak 2023. godine

Sadržaj:

Ostvaren turistički promet na području grada Rijeke u 2022. godini.....	4
Prihodi Turističke zajednice grada Rijeke za 2022.	6
PLAN AKTIVOSTI	7
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	7
1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	7
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	7
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	8
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	9
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkog proizvoda	9
2.1.1. Strukturiranje proizvoda aktivnog, pustolovnog i cikloturizma	9
2.1.2. Strukturiranje sakralne baštine	11
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	11
2.2.1. Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine	11
2.2.2. Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana	12
2.2.3. Povežimo se baštinom	13
2.2.4. Projekt ProNaCul	14
2.2.5. Projekt EMO.Undergrounds	15
2.2.6. Projekt PerPeTuUm aGile	16
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	17
2.3.1. Riječki karneval	17
2.3.2. Rijeka Advent	24
2.3.3. Potpore projektima i manifestacijama	27
2.4. Turistička infrastruktura	30
2.5. Podrška turističkoj industriji	33
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	34
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	34
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja	36
3.3. Kreiranje promotivnog materijala	39
3.4. Internetske stranice	40
3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	42
3.6. Turističko-informativne aktivnosti	43
3.6.1. Upravljanje TIC-evima	43
3.6.2. Postavljanje i održavanje turističke signalizacije	44
3.6.3. Interpretacijski centar prirodne baštine Primorsko-goranske županije.....	45

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	45
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor	45
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	46
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	48
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	49
5.1. Međunarodne strukovne i slične organizacije	49
5.2. Domaće strukovne i slične organizacije	51
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI.....	52
6.1. Plaće	52
6.1.1. Plaće financirane iz redovnih prihoda	52
6.1.2. Plaće financirane iz europskih projekata	52
6.2. Materijalni troškovi	52
6.2.1. Materijalni troškovi Ureda	52
6.2.2. Materijalni troškovi iz europskih projekata	53
6.3. Tijela Turističke zajednice	53
7. REZERVA.....	54
1. Prihodi Turističke zajednice grada Rijeke za 2022.	54
2. Aktivnosti Turističke zajednice grada Rijeke za 2022.	56

Ostvaren turistički promet na području grada Rijeke u 2022. godini

U skladu s popuštanjem skoro svih epidemioloških mjera propisanih od strane Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske za sprečavanje širenja zaraze, s dolaskom vrhunca sezone broj turista se u Rijeci kontinuirano povećavao i postalo je jasno da se smještajni kapaciteti pune sve bolje te da su rezultati u dolascima i noćenjima sve bliži rekordnoj sezoni 2019. Tako je dana 17.09.2022. u potpunosti nadmašen apsolutni promet 2019. godine po broju noćenja što predstavlja fantastičan



turistički rezultat. U nastavku sezone ostvareni su apsolutni rekordi u broju dolazaka i broju noćenja.

U 2022. godini ostvareno je 182.908 dolazaka, što je 66% više od ukupnog broja dolazaka ostvarenih u istom razdoblju 2021. godine. Strani su turisti ostvarili 147.919 dolazaka. U usporedbi s istim razdobljem 2021. godine ostvareno je 75% više dolazaka stranih turista. U ukupnom broju dolazaka strani turisti sudjelovali su s 81%. Domaći turisti ostvarili su 34.989 dolazaka. U usporedbi s istim razdobljem 2021. godine ostvareno je 37% više dolazaka domaćih turista. U ukupnom broju dolazaka domaći

turisti sudjelovali su s 19%.

Ostvaren je turistički promet od 569.752 noćenja, što je 53% više od ukupnog broja noćenja ostvarenih u istom razdoblju 2021. godine. Strani turisti ostvarili su 494.514 noćenja. U usporedbi s istim razdobljem 2021. godine ostvareno je 60% više noćenja stranih turista. U ukupno ostvarenim noćenjima strani turisti sudjelovali su s 87%. Domaći turisti ostvarili su 75.238 noćenja, što je 19% više u odnosu na broj noćenja domaćih turista u istom razdoblju 2021. godine. U ukupno ostvarenim noćenjima domaći turisti sudjelovali su s 13%.

Tab.1. Ostvareni dolasci i noćenja domaćih i stranih turista za razdoblje od 01.01. do 31.12.2022. godine s usporedbom na isto razdoblje 2021.

	Dolasci			Noćenja		
	Strani	Domaći	Ukupno	Strani	Domaći	Ukupno
2021.	84.358	25.574	109.932	308.701	63.248	371.949
2022.	147.919	34.989	182.908	494.514	75.238	569.752
Indeks 22./21.	175	137	166	160	119	153

Na području grada Rijeke najviše noćenja ostvarili su državljani Njemačke 91.799, slijede državljani Italije 47.230, BiH 30.150, Austrije 28.291, Poljske 26.733, Srbije 22.700, Češke 20.818, Mađarske 19.510, SAD-a 17.916 te Nizozemske s 12.625 noćenja.

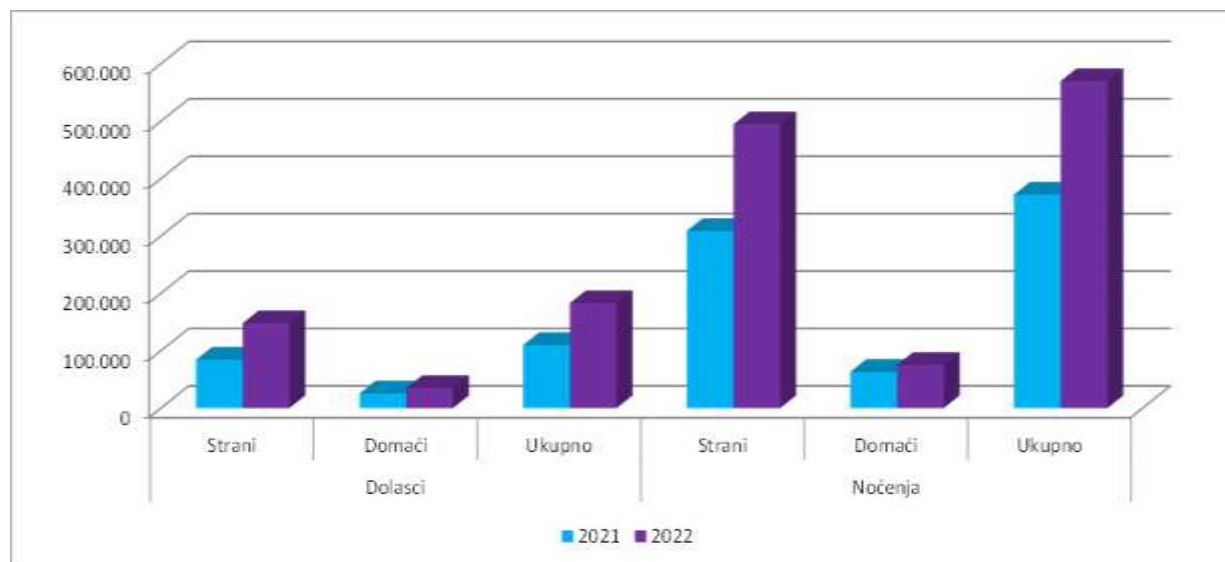
Najviše noćenja ostvaruju turisti iz dobne skupine od 19 do 30 godina te sa 148.104 noćenja ostvaruju udio od 25,99% u ukupno ostvarenim noćenjima. Slijede turisti iz dobne skupine od 31 do 40 godina sa 111.681 noćenjem i udjelom od 19,60%. Turisti iz dobne skupine od 41 do 50 godina ostvarili su 96.634 noćenja i udio od 16,96%, a turisti od 51 do 60 godina ostvarili su 72.735 noćenja i udio od 12,77%. Turisti iz dobne skupine od preko 60 godina s ostvarenih 54.411 noćenja

imaju udio od 9,55% u ukupno ostvarenim noćenjima. Djeca do 12 godina ostvarila su 44.863 noćenja ili 7,87% od ukupno ostvarenih noćenja. Djeca od 13 do 18 godina ostvarila su 41.324 noćenja i sudjelovala sa 7,25% u ukupno ostvarenim noćenjima.

Strani turisti su u razdoblju od 01.01. do 31.12.2022. godine boravili u prosjeku 3,34 dana. Domaći turisti su u navedenom razdoblju u prosjeku boravili 2,15 dana.

Najviše noćenja ostvareno je u privatnom smještaju na koji otpada 304.124 noćenja, odnosno 53,38%, slijede hoteli sa 166.516 noćenja, odnosno 29,23%, ostali objekti u nekomercijalnom smještaju s ostvarenih 54.361 noćenjem, odnosno 9,54%, hosteli s 39.735 noćenja, odnosno 6,97% te prenoćišta s ostvarenih 5.016 noćenja, odnosno 0,88%.

Graf 1. Usporedba strukture turista za razdoblje od 01.01. do 31.12.2022. godine s istim razdobljem prethodne godine



Tab.2. Pregled po vrsti smještaja i prosječnom boravku za razdoblje od 01.01. do 31.12.2022. godine

Kategorija	Domaći		Strani		Ukupno		Prosječni boravak		
	Dol.	Noć.	Dol.	Noć.	Dol.	Noć.	Domaći	Strani	Ukupno
Hoteli	17.494	32.046	52.691	134.470	70.185	166.516	1,83	2,55	2,37
Privatni smještaj	12.946	33.885	74.910	270.239	87.856	304.124	2,62	3,61	3,46
Prenoćišta	539	981	1.271	4.035	1.810	5.016	1,82	3,17	2,77
Hosteli	3.762	7.582	15.823	32.153	19.585	39.735	2,02	2,03	2,03
Nekomercijalni smještaj	248	744	3.224	53.617	3.472	54.361	3,00	16,63	15,66
Ukupno:	34.989	75.238	147.91	494.51	182.90	569.75	2,15	3,34	3,11

Tab.2. Postotni udio po vrsti smještaja u ukupnim dolascima i noćenjima za razdoblje od 01.01. do 31.12.2022. godine

Kategorija	Domaći		Strani		Ukupno	
	Dol.	Noć.	Dol.	Noć.	Dol.	Noć.
Hoteli	50,00%	42,59%	35,62%	27,19%	38,37%	29,23%
Privatni smještaj	37,00%	45,04%	50,64%	54,65%	48,03%	53,38%
Prenoćišta	1,54%	1,30%	0,86%	0,82%	0,99%	0,88%
Hosteli	10,75%	10,08%	10,70%	6,50%	10,71%	6,97%
Nekomercijalni smještaj	0,71%	0,99%	2,18%	10,84%	1,90%	9,54%
Ukupno:	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tab.4. Postotni udio domaćih i stranih turista u ukupnim dolascima i noćenjima za razdoblje od 01.01. do 31.12.2022. godine

Udio turista	Dolasci	Noćenja
Udio domaćih turista	19,13%	13,21%
Udio stranih turista	80,87%	86,79%
Ukupno	100,00%	100,00%

Prihodi za 2022. godinu

U 2022. godini ostvareni su ukupni prihodi u iznosu od 11.419.946,98 kn. Izvorni prihodi realizirani su u ukupnom iznosu od 5.621.834,77 kn i sastoje se od prihoda od turističke pristojbe od noćenja gostiju u smještajnim objektima u iznosu od 1.725.240,37 kn, prihoda od turističke članarine koju uplaćuju pravne i fizičke osobe koje ostvaruju prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti u iznosu od 3.896.594,40 kn.

Prihodi iz proračuna realizirani su u ukupnom iznosu od 1.148.744,61 kn i odnose se na prihode od Grada Rijeke u iznosu od 742.744,61 kn za sufinanciranje aktivnosti Turističkog informativnog centra i prihode od donacija za manifestaciju Riječki karneval 2022. godine u iznosu od 150.000,00 kn, prihode od Hrvatske turističke zajednice u iznosu od 56.000,00 kn za Top događanje Riječki karneval 2022. godine, prihode od Turističke zajednice Kvarnera u iznosu od 100.000,00 kn za manifestaciju Riječki karneval 2022. godine i 100.000,00 kn za kampanju oglašavanja destinacije u 2022. godini.

Prihodi od sustava turističkih zajednica realizirani su u ukupnom iznosu od 113.400,00 kn i odnose se na prihode od Hrvatske turističke zajednice za provedbu projekta Promidžbeni spotovi Turističke zajednice Rijeke i Riječkog prstena.

Prihodi iz EU fondova realizirani su u iznosu od 1.005.835,61 kn i odnose se na refundaciju troškova projekta Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine u iznosu od 4.778,70 kn, refundaciju troškova projekta Povežimo se baštinom u iznosu od 76.761,21 kn, refundaciju troškova za projekt Kulturno turistička ruta Putovima Frankopana u iznosu od 78.510,05 kn, refundaciju troškova za projekt ProNaCul u iznosu od 504.973,12 kn, refundaciju

troškova za projekt EMOUndergrounds u iznosu od 315.855,34 kn i refundaciju troškova za projekt PerPeTuUm aGile u iznosu od 24.957,19 kn.

Prihodi od gospodarske djelatnosti realizirani su u iznosu od 2.913.946,78 kn i odnose se na komercijalne prihode manifestacija za organizaciju Riječkog karnevala 2022. u iznosu od 559.560,80 kn i organizaciju Rijeka Adventa 2022. u iznosu od 1.918.656,03 kn, na prihode od podzakupa i zakupa poslovnih prostora u iznosu od 381.725,15 kn, prihode od oglašavanja u promo materijalima u iznosu od 26.000,00 kn i prihode od korištenja prostora na Trsatskom kaštelu i Riječkom tunelu za organizaciju vjenčanja i održavanje manifestacija u iznosu od 28.004,80 kn.

Ostali prihodi iznose ukupno 24.920,43 kn i odnose se na prihode od kamata na depozite po viđenju, prihode od refundacija i ostale nespomenute prihode.

Prijenos viška prihoda realiziranog u 2021. godini iznosi 591.264,78 kn.

Izvješće o izvršenju Godišnjeg programa rada za 2022. godinu izrađeno je prema metodologiji koju je propisalo Ministarstvo turizma i sporta i višak prihoda koji se prenosi u slijedeću godinu nije istovjetan s rezultatom iskazanim u godišnjim financijskim izvještajima sukladno Zakonu o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (N.N. 121/14), a razlikuje se za iznos nabavljenih osnovnih sredstava i tekuće rezerve.

PLAN AKTIVNOSTI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

S obzirom da strateški dokumenti lokalnih turističkih zajednica moraju biti usklađeni sa strateškim dokumentima regionalne turističke zajednice, Turistička zajednica grada Rijeke planira pristupiti izradi *Strategije razvoja turizma grada Rijeke* tijekom 2022./2023. godine. U tu svrhu tijekom 2023. godine pristupit će se raspisivanju pozivnog natječaja kroz koji će se odabrati najkvalitetnija ponuda za izradu Strategije razvoja turizma grada Rijeke.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

Realizacija: 0,00 kn

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Izrađena je Analiza turističkih pokazatelja grada Rijeke za desetogodišnji period od 2012. do 2021. godine s financijskim pokazateljima koji su obuhvaćali izmjene na godišnjoj razini u vidu specifikacije turističkih djelatnosti, ukupnih prihoda od turizma, ukupan broj poslovnih subjekata u turističkim djelatnostima, usporednu analizu pokazatelja prihoda od turizma kroz ukupne prihode, noćenja, broj zaposlenih u turističkim djelatnostima, ukupne investicije u turizam grada Rijeke te ostale usporedne pokazatelje prihoda od turizma. Navedena analiza Turističke zajednice grada Rijeke izrađena je internim snagama zaposlenika te je time izbjegnuta znatan trošak izrade iste od strane vanjskih suradnika. Zbog potrebe istraživanja tržišta na cjelogodišnjoj razini, te potrebe

anketiranja stranih i domaćih turista u upotrebi su uređaji Review booster pro koji su postavljeni u TIC-u na Korzu i u Info punktu na Trsatskom kaštelu. Uređaji su pozicionirani na posebno osmišljenim stalcima koji su nosači za Review booster pro, ali i nosači promotivnih materijala koji će se nuditi turistima. Sukladno funkcionalnosti novog uređaja, tijekom određenih specifičnih događaja, vršile su se ciljane ankete na način da su anketari tijekom pojedine manifestacije vršili anketiranje turista. U međuvremenu su uređaji dostupni svim posjetiteljima TIC-a na Korzu i Info punkta na Trsatskom kaštelu te djelatnici TIC-a imaju mogućnost svakodnevno zamoliti određeni broj turista da ispune anketu putem Review booster pro uređaja. Iz navedenih rezultata, koji su nam softverskim rješenjem dostupni i statistički obrađeni, možemo iščitati mnoge stavove o pojedinim uslugama i gradskoj ponudi te smo direktno od turista dobili uvid u njihovo mišljenje o našem gradu. Poboljšanjem funkcionalnosti uređaja Review booster pro Turističkoj zajednici grada Rijeke nudi se mogućnost kreiranja posebnih anketa za svaki pojedini događaj koji bi mogao biti zanimljiv za anketiranje posjetitelja.

S obzirom na funkcionalnosti Review booster pro uređaja tijekom sezone krucera rađene su ankete među gostima s krucera te za vrijeme adventskih događanja. Nažalost, gosti s krucera nisu pokazali previše interesa za ispunjavanje anketa, dok je odaziv gostiju na adventskim događanjima u gradu i na Trsatskom kaštelu bio znatno bolji. Kroz te odgovore došli smo do određenih spoznaja koje će nam biti dobar putokaz u kojem smjeru treba ići organizacija adventskih događanja u budućnosti.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Provedbom prije navedenih analiza omogućeno je gradskim destinacijama kao što je Rijeka usporedba u smislu obujma i ostalih parametara s ciljem unapređenja turističke ponude primjenjive u vlastitom poslovanju i poboljšanju turističkih rezultata. Provođenjem anketa uređajem Review booster pro Turistička zajednica grada Rijeke dolazi do vrlo vrijednih informacija direktno od gostiju i korisnika usluga na teritoriju grada te na osnovu tih informacija može poduzeti određene aktivnosti za poboljšanje događanja.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta i informatori)

Realizacija: 4.785,00 kn

1.3 Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti planiralo se angažiranjem vanjskih partnera prema potrebi za dodatnim analizama promotivnih aktivnosti koje provodimo u sklopu pojedinih promotivnih aktivnosti te nabavkom uređaja Review booster pro koji nam kroz svoje softversko rješenje daje mogućnost da pratimo učinkovitost promotivnih aktivnosti poduzetih pri realizaciji određenih događanja.

U izvještajnom razdoblju nisu angažirani vanjski partneri za mjerenje učinkovitosti kako su za promotivne aktivnosti projekata angažirane PR agencije koje su u obvezi dostaviti detaljnu analizu realiziranih promotivnih aktivnosti.

U sklopu tako dogovorenih aktivnosti u izvještajnom razdoblju provedene su promotivne aktivnosti za Riječki karneval (novi izvanredni ljetni termin) kao i zajedničke promotivne aktivnosti koje provodimo pod koordinacijom Turističke zajednice Primorsko-goranske županije.

Temeljem dobivenog izvještaja, ali i temeljem redovitog dnevnog praćenja promotivnih aktivnosti koje su se realizirali za Riječki karneval, zaključeno je da je ovogodišnji Riječki karneval

u izvanrednom ljetnom izdanju polučio izvanredne promotivne rezultate. Dio toga ostvaren je temeljem promotivnih aktivnosti koje su ove godine u jednom dijelu intenzivirane u online dijelu, ali možemo zaključiti da je dio promotivnih rezultata ostvaren zahvaljujući novom ljetnom izvanrednom i jedinstvenom terminu.

Radi još uvijek izvanredne situacije koja je utjecala na turistički emitivna tržišta, promotivna kampanja se provodila na izabranim tržištima i polučila je odlične rezultate što se odrazilo ne samo u odličnim i brojnim medijskim objavama već i brojnim društvenim objavama gostiju i posjetitelja koji su tih dana boravili u destinaciji.

U prvom kvartalu završili smo praćenje i analizu projekta *Winter pass* koji je započeo protekle godine s trajanjem do travnja izvještajne godine. Promotivna kampanja koju smo samostalno provodili postigla je odlične medijske objave koji su utjecali na bolju vidljivost projekta, destinacije i partnera u projektu.

U zadnjem kvartalu rađene su analize objava i vidljivosti za manifestaciju Rijeka Advent te zaključujemo da su postignuti izvanredni efekti vidljivosti Rijeke kao destinacije i organizatora manifestacije. Dobra promidžba je djelomično zasigurno doprinijela boljim turističkim rezultatima koji su i u prosincu zaključeni rekordno.

Dodatno smo tijekom cijelog perioda radili dnevne i tjedne uvide u objave koje smo generirali samostalno odnosno objave koje su generirane od strane partnera i gostiju destinacija tijekom izvještajnog razdoblja. Analiziranjem tih objava dolazimo do informacija o ponudi koja je gostima i posjetiteljima interesantna odnosno do informacija koje koristimo za daljnje planiranje promotivnih aktivnosti.

Sve aktivnosti u sklopu projekta provedene su samostalno odnosno u sklopu aktivnosti za koje su angažirane PR agencije te na ovoj stavci nije realiziran dodatni trošak.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Projekt je u izvještajnom razdoblju, uz manju intervenciju radi pomicanja datuma održavanja Riječkog karnevala, realiziran u planiranom obimu. Projekt smo realizirali u potpunosti sukladno planiranom, ostvareni su odlični rezultati promotivnih aktivnosti te su sve projektne aktivnosti realizirane samostalno odnosno u sklopu aktivnosti za koje su angažirane PR agencije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga)

Realizacija: 0,00 kn

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.1.1. Strukturiranje proizvoda aktivnog, pustolovnog i cikloturizma

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U izvještajnom razdoblju održavale su se redovne koordinacije direktora Turističke zajednice Rijeke i Riječkog prstena na temu zajedničkih projekata kao i na daljnje ažuriranje informacija za što kvalitetnijim zajedničkim projektom na temu outdoora pod imenom Rijeka Outdoor. Završetkom primjene velike većine mjera koje su uzrokovane pandemijom, počelo je i primjetno veće korištenje proizvoda projekta Rijeka Outdoor te je pokrenuta promidžbena kampanja. Na početku je organizirana konferencija za medije na kojoj je predstavljen projekt i sve partner destinacije turističkih destinacije Riječkog prstena. Na konferenciji podršku cijelom projektu dao je



i direktor Hrvatske turističke zajednice. Promidžbena kampanja projekta i manifestacija u sklopu njega trajala je do sredine prosinca.

U sklopu koordinacije direktora Turističkih zajednica Rijeke i Riječkog prstena, Turistička zajednica grada Rijeke ima ulogu koordinatora

svih zajedničkih aktivnosti s ciljem daljnjeg unapređenja postojećih proizvoda kao i kreiranje novih proizvoda i provođenje novih projekata.

Tijekom jeseni 2022. godine u koordinaciji s Turističkim zajednicama Riječkog prstena organizirano je trinaest događanja od kojih je dvanaest izvršeno. Od dva događanja planirana u Rijeci izvršeno je jedno – Jesen u šumi Striborovoj 01.10.2022. godine sa zadovoljavajućim odazivom. Drugo planirano događanje, bike utrka Industrijskom baštinom Rijeke odgođena je zbog iznimno jake kiše i poplavljenog područja grada Rijeke.

S tim ciljem u izvještajnom razdoblju kandidirani su slijedeći zajednički projekti na Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte udruženih turističkih zajednica u 2022. godini koji je raspisala Hrvatska turistička zajednica:

- Destinacijski marketing plan Turističke zajednice Rijeke i Riječkog prstena
- Promidžbeni spotovi Turističke zajednice Rijeke i Riječkog prstena
- Digitalno katalogiziranje i kreiranje sadržaja Turističke zajednice Rijeke i Riječkog prstena.

Sredinom trećeg kvartala izvještajne godine zaprimili smo odluku da je prihvaćena kandidatura projekta promidžbenih spotova te smo odmah po tom pitanju uspješno proveli nabavu. Snimanje kadrova realizirano je sukladno ugovorenom scenariju krajem trećeg kvarta, a isporuka filma bila je u zadnjem kvartalu.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 284.666,80 kn prema slijedećoj strukturi:

- Rashodi za usluge – grafička priprema, izrada filma i fotografija, usluge prijevoza, ostale usluge) – 253.044,05 kn
- Rashodi za materijal i energiju (pokloni, ostali materijalni rashodi) – 27.167,75 kn
- Reprzentacija – 4.455,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvojem novih oblika turističkih proizvoda ili unapređenjem postojećih kao npr. cikloturizam Rijeke i Riječkog prstena ostvarujemo dodatnu ponudu destinacije i dodanu vrijednost postojećih turističkih proizvoda. Kreiranjem novog proizvoda Rijeka Outdoor i drugim projektima postizemo odlične promotivne rezultate destinacije i svih partnera te time podižemo kvalitetu ponude destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta, voditelj razvoja proizvoda), Turističke zajednice Rijeke i Riječkog prstena, Turistička zajednica Primorsko-goranske županije, Hrvatska turistička zajednica.

Realizacija: 284.666,80 kn

2.1.2. Strukturiranje sakralne baštine

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U funkciji se nalazi turistička virtualna interaktivna šetnja i razgled Svetišta Majke Božje Trsatske u 360°, koja sadrži 50 panorama s interaktivnim sadržajem na ključnim točkama, a sve u cilju adekvatne prezentacije sakralne baštine grada Rijeke i podizanja kvalitete turističke ponude u destinaciji.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Provedbom projekta doprinijelo se adekvatnoj prezentaciji najstarijeg marijanskog svetišta u Hrvatskoj - Svetišta Majke Božje Trsatske čime je znatno doprineseno promociji grada Rijeke kao turističke destinacije i obogaćivanju turističke ponude kvalitetnim sadržajima.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj razvoja proizvoda)

Realizacija: 0,00 kn

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

2.2.1. Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Projekt *Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine* provodi aktivnost stavljanja u funkciju dva reprezentativna spomenika riječke industrijske baštine, koji su ujedno i zaštićeni spomenici kulture Republike Hrvatske. To su motorni brod Galeb i Palača šećerane, koja se nalazi u sklopu nekadašnjeg industrijskog kompleksa Rikard Benčić.

Projektne kraj aktivnosti trebao je biti 30. rujna 2021. godine no uslijed aktualnosti koje su se događale 2020. i 2021. godine, a koje su dodatno utjecale na usporavanja dijela aktivnosti i onda uzročno posljedično na obnovu motornog broda Galeb, zatraženo je produženje trajanja projekta koje je i odobreno do 31.12.2022. godine.

Turistička zajednica grada Rijeke zadužena je za promidžbene aktivnosti kao i koordinaciju svih partnerskih aktivnosti u tom dijelu. Sve aktivnosti u prethodnom vremenu su planirano provedene i zadnja faza slijedi završetkom rekonstrukcije motornog broda Galeb. Dio aktivnosti planiran je u sklopu provedenih i ugovorenih nabava npr. dizajn i tisak, no dio aktivnosti provodi se u manjoj mjeri s najavom završetka rekonstrukcije.

Tijekom 2022. godine izrađeno je nekoliko medijskih objava vezano za zadnju rekonstrukciju kod ugovorenog partnera što je rezultiralo velikim medijskim interesom na tu temu i što je doprinijelo odličnoj vidljivosti projekta.

S obzirom da su radovi na motornom brodu Galeb još uvijek u tijeku, Grad Rijeka je, kao nositelj projekta, zatražio produljenje projekta i njegovih aktivnosti do 31.12.2023. godine što je i odobreno od Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije i Središnje agencije za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije.

Na realizaciju ove stavke tijekom 2022. godine utrošeno je ukupno 24.372,00 kn od čega 18.750,00 kn za usluge oglašavanja i 5.622,00 kn po osnovi amortizacije komunikacijske opreme.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Realizacijom aktivnosti ove stavke postignut je cilj kvalitetnije i bolje distribucije informacija o projektu i partnerima projekta. Opći cilj projekta je stvaranje kulturno-turističke destinacije koja

uključuje nove kulturne i turističke sadržaje razvijene u sklopu reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine u zajednički i jedinstveni kulturno-turistički proizvod što doprinosi turističkoj prepoznatljivosti i posjećenosti i održivom razvoju na lokalnoj i regionalnoj razini. U sklopu projekta zadnji dio do ispunjenja kompletnog cilja je stavljanje u funkciju motornog broda Galeb.

Završetkom projekta objekti će na ukupno 9.524,9 m² imati višestruku kulturnu i komercijalnu namjenu: za stalne muzejske postavne, povremene izložbe, kreativne radionice, ljetno kino, tematske konferencije, smještajne kapacitete i niz komercijalnih usluga vezanih izravno za kulturnu baštinu.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik za razvoj proizvoda), Grad Rijeka, Sveučilište u Rijeci, Muzej grada Rijeke

Realizacija: 24.372,00 kn

2.2.2. Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

Turistička zajednica grada Rijeke uključena je u provedbu projekta kao jedan od 12 partnera, a čiji je vodeći partner Primorsko-goranska županija. U proteklom periodu Primorsko-goranska županija opremila je Interpretacijski centar na Trsatskom kaštelu, a dovršena je i postava jedinstvene signalizacije. Otvorenje i javna prezentacija svih interpretacijskih centara upriličit će se ovisno o epidemiološkoj situaciji te sukladno preporukama Stožera civilne zaštite RH. Turistička zajednica grada Rijeke je u suradnji s ostalim partnerima sudjelovala u aktivnostima umrežavanja, koordinacije te osmišljavanju i provedbi intenzivne suradnje svih interpretacijskih centara i partnera na ovom projektu, kao i zajedničkoj promociji projekta. Projekt je u potpunosti dovršen u svibnju 2021. godine.

U provedbi predmetnog projekta u proteklom periodu utrošeno je 107.364,75 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluga najma skladišnog prostora - 15.000,00 kn
- Amortizacija opreme – 92.364,75 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Provedba ovog projekta doprinijela je podizanju kvalitete destinacije i partnera te turističkih proizvoda, omogućila bolju vidljivost informacija o destinaciji, gospodarskim subjektima, turističkim proizvodima i događanjima te rezultirala poboljšanjem informiranja gostiju i sugrađana u destinaciji o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik za razvoj proizvoda, stručni suradnik knjigovodstva)

Realizacija: 107.364,75 kn

2.2.3. Povežimo se baštinom

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Projektom *Povežimo se baštinom* Turistička zajednica grada Rijeke sudjeluje u projektu Urbane aglomeracije Rijeka s ciljem promidžbe kulture i novo kreiranih turističkih proizvoda uključenih partnera.

Projekt je dio projekta udruživanja gradova i općina na području Urbane aglomeracije Rijeka koji uz nositelja projekta Grad Rijeku, povezuje općine Mošćenička Draga, Lovran, Kostrena, Čavle, Viškovo i Klana i gradove Opatiju, Kraljevicu i Kastav.

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

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

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

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

Turistička zajednica grada Rijeke je u projektu nositelj radnog paketa Promidžba i vidljivost integrirane turističke destinacije. Cilj radnog paketa Promidžba i vidljivost integrirane turističke destinacije je čim širi krug zainteresirane javnosti upoznati s tijekom projekta i njegovim rezultatima, širiti znanje, doseći osviještenost različitih ciljnih skupina, utjecati na njihovo ponašanje i mišljenje o mogućnostima kulturne i prirodne baštine te mijenjati njihov pristup i odnos prema njima. S tim u svezi Turistička zajednica grada Rijeke u sklopu svojih aktivnosti u projektu provela je nabave za usluge izrade Marketinške i komunikacijske strategije, usluge izrade knjige standarda i vizualnog identiteta projekta. Navedeni dokumenti su izrađeni i dostavljeni. Također, provedena je nabave usluge fotografiranja i otkupa fotografija te usluga produkcije promotivnih videa. Ove usluge će se sukladno natječajnoj dokumentaciji realizirati po fazama prema dinamici partnera projekta i njihovim pojedinačnim projektima. Sukladno tome ugovorena je i dinamika plaćanja po realizaciji faze.

Provedena je i nabava usluge izrade mrežne stranice i mobilne aplikacije za projekt. Izrada mrežne stranice i mobilne aplikacije je uredno izvršena prema ugovoru i sada je u tijeku njihovo redovno mjesečno održavanje.

U 2022. godini provedena je i nabava online i offline promotivne kampanje te su do sada provedene manje promotivne kampanje na društvenim mrežama, a dalje u planu je provođenje promidžbenih aktivnosti u skladu s ugovorom o provedbi promotivne kampanje.

Turistička zajednica grada Rijeke je u 2022. godini tiskala manju količinu promotivnih materijala (roll up, letci, majice, boce za vodu, usb stickovi, kemijske olovke, torbe).

Na realizaciju aktivnosti ove stavke u izvještajnom razdoblju ukupno je utrošeno 215.977,98 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluge tiska - 2.100,00 kn
- Komunikacijske usluge – 110.000,00 kn
- Intelektualne usluge – 102.000,00 kn
- Ostale usluge – 1.877,98 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Radi postizanja bolje vidljivosti informacija o projektu i proizvodima, u ovom periodu provode se sve planirane aktivnosti pripreme sukladno planiranom i objavljenom planu te se nabave provode u planiranom opsegu.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik za razvoj proizvoda), Grad Rijeka i partneri projekta Urbana aglomeracija s turističkim zajednicama

Realizacija: 215.977,98 kn

2.2.4. Projekt ProNaCul

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Projektom *ProNaCul - Promocija prirodne i kulturne baštine kroz razvoj održivog turizma u zaštićenim područjima* Turistička zajednica kao partner projekta provodi aktivnosti unapređenja turističkog proizvoda Trsatskog kaštela.

Radi provođenja aktivnosti projekta angažirana je agencija za podršku u realizaciji projekta. Za pripreme aktivnosti održani su redovni sastanci s agencijom kao i radionice s dionicima destinacije uključenih u aktivnost preko Trsatskog kaštela.

Glavna tema projekta je promicanje i očuvanje prirodne i kulturne baštine te potpora razvoju transnacionalnih strategija namijenjenih zajedničkom promicanju regije kao turističke destinacije. Područja s kojih dolaze projektni i udruženi partneri nalaze se pod zaštitom UNESCO-a i Nature 2000, ili su u procesu postajanja zaštićenih područja u sklopu testnih područja ProNaCul-a. Provedene i zaključene su sve nabave koje su bile planirane i to za sustav videonadzora, sustav za prodaju ulaznica te drvene stolice.

Nabavljena oprema, sustav za video nadzor i sustav za prodaju ulaznica će se u slijedećim periodima korištenja redovito amortizirati na stavci projekta.

Tijekom 2022. godine redovito su se predavali izvještaji kroz sustav eMS te smo za sve predane izvještaje dobili potrebne certifikate. Zajedno s ostalim partnerima na projektu doprinijeli smo stvaranju strategije za razvoj transnacionalnih, nacionalnih, regionalnih i lokalnih politika, provedena je zajednička metodologija za upravljanje prirodnom i kulturnom baštinom. Također, doprinijeli smo izradi zajedničke brošure projekta te je provedena promocija projekta putem Internet portala i provedbom direktnog marketinga u sklopu nekoliko drugih većih manifestacija koje su se za vrijeme provedbe projekta održale na području grada Rijeke

U rujnu je održan partnerski sastanak u Pyrgosu, Grčka, na kojem smo sudjelovali uz ostale partnere u projektu, a tijekom sastanka je pratilo i nadležno tijelo za kontrolu provedbe projekta putem online platforme. Sastanak se održao od 20. do 21. rujna 2022. godine. Na sastanku je prezentiran napredak projekta te je svaki od partnera dao pregled svojih aktivnosti gdje je Turistička zajednica grada Rijeke ocjenjena među boljima u provedbi projekta. Do onda smo sudjelovali na svim partnerskim sastancima koji su se održavali online.

Također je u rujnu održana Networking konferencija na Trsatskom kaštelu. Cilj konferencije bio je okupiti dionike iz područja upravljanja prirodnom i kulturnom baštinom te razmijeniti dosadašnja iskustva u upravljanju baštinom kako bi se mogle pripremiti konkretne preporuke za lokalne, regionalne, nacionalne i transnacionalne politike za osiguranje ekonomske stabilnosti očuvanja prirodne i kulturne baštine, posebice prihodima iz sektora turizma.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 235.969,67 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluga tiska – 150,00 kn
- Usluge agencije – 37.065,00 kn
- Ostali materijalni rashodi – 910,60 kn
- Troškovi konferencije – 30.467,20 kn
- Troškovi amortizacije nabavljene opreme – 164.203,80 kn
- Ostali financijski rashodi – 3.173,07 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Radi postizanja bolje vidljivosti informacija o projektu i proizvodima, u ovom periodu provode se sve planirane aktivnosti pripreme koje su sve provedene u planiranom roku i u planiranom opsegu.

Realizacijom projekta postizemo ne samo bolju vidljivost destinacije i partnera projekta, već se realizacijom projekta podiže kvaliteta Trsatskog kaštela kao turističkog proizvoda te time i dionika u turističkom prometu destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik za razvoj proizvoda), partneri i pridruženi partneri EU projekta

Realizacija: 235.969,67 kn

2.2.5. Projekt EMOUndergrounds

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U sklopu projekta *EMOUndergrounds - EMOCionalna tehnologija za kulturu valoriziranja baštine u transnacionalnom podzemlju* Turistička zajednica grada Rijeke također nadograđuje turističku ponudu destinacije preko Trsatskog kaštela.

Za potrebe projekta angažirana je agencija za tehničku i stručnu pomoć u provedbi tematskih paketa i komunikacije te agencija za pružanje usluge tehničke pomoći u upravljanju projektom.

Glavna tema projekta je očuvanja kulturne baštine i održivog turizma, podižući njegove kompetencije i vještine također uz podršku kreativnih industrija. Na tu temu provele su se radionice i redovita komunikacija s dionicima uključenih iz raznih djelatnosti s poveznicom na Trsatski kaštel.

Pored realiziranih sastanaka partnera održan je jedan povijesni događaj (Povratak Frankopana) i jedan literarni događaj (predstavljanje knjige Mići princ) na Trsatskom kaštelu koji su osim dobre posjećenosti ujedno bili i popraćeni live stream-om. Osmišljeni su i provedeni programi edukacije za turističke vodiče i ostale zainteresirane za područje održivog razvoja i interpretacije kulturne baštine, doprinijeli smo izradi promotivnog videa na razini projekta, napravljena je zajednička publikacija i dan je doprinos za izradu priručnika za preporuke javne politike.

Provedena je nabava izrade scenarija interaktivne izložbe na prostoru Trsatskog kaštela, zatim nabava izrade samostalnog turističkog vodiča s funkcijom očitavanja beaconda. Provedena je nabava multimedijalne opreme, poda, klupe i projekcijskog platna, nabava izrade grafičkih panela

te nabava izrade edukacijskog filma i virtualne šetnje, a sve u cilju obnove stalnog izložbenog postava u prostoru spilje na Trsatskom kaštelu. Ovime je izložbeni prostor obogaćen novim interpretacijskim sadržajem koji posjetitelju omogućuje potpuno novi doživljaj i upoznavanje Kaštela putem inovativnih tehnologija.

Provedba projekta EMOUndergrounds i svih njegovih aktivnosti završila je zaključno s 31.12.2022. godine.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 948.674,12 kn prema slijedećoj strukturi:

- Komunikacijske usluge – 74.800,00 kn
- Intelektualne usluge – 89.500,00 kn
- Usluga provedbe tematskih paketa i komunikacije – 185.450,00 kn
- Usluga pružanja tehničke pomoći u upravljanju projektom - 85.940,00 kn
- Ostale računalne usluge – 9.200,00 kn
- Film i izrada fotografija – 152.181,84 kn
- Rashodi za materijal – 16.156,00 kn
- Ostali finansijski rashodi – 582,28 kn
- Nabava opreme - 334.864,00.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Radi postizanja bolje vidljivosti informacija o projektu i proizvodima, u ovom periodu provedene su sve planirane aktivnosti pripreme koje su sve provedene u planiranom roku i u planiranom opsegu.

Realizacijom projekta postizemo ne samo bolju vidljivost destinacije i partnera projekta, već se realizacijom projekta podiže kvaliteta Trsatskog kaštela kao turističkog proizvoda te time i dionika u turističkom prometu destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik za razvoj proizvoda)

Realizacija: 613.810,12 kn

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

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

Kroz partnerstvo s Turističkom zajednicom grada Rijeke uspostaviti će se novi model prakse za studente svih odsjeka kroz razvoj kompetencija u turističkom sektoru kao i zaštite okoliša u širem smislu.

Na Filozofskom fakultetu Rijeka održani su Dani stručne prakse na kojima su institucije-partneri u projektu upoznali studente s njihovim djelatnostima.

U suradnji s Filozofskim fakultetom Rijeka angažiran je određeni broj studenata koji je Turističkoj zajednici grada Rijeke pomogao u ostvarenju programa izvanrednog ljetnog karnevala 2022. Dio studenata angažiran je na terenu u sklopu organizacijskih potreba, a dio je angažiran kao anketari uređajem Review booster pro na dan izvanredne karnevalske povorke. U sklopu anketiranja gostiju s kruzera i gostiju na adventskim događanjima angažirani su studenti koji su u točno određenim vremenskim periodima vršili anketiranje. S obzirom da je dio anketiranih gostiju bio sa stranih tržišta od izuzetne važnosti bilo je znanje stranih jezika koje posjeduju studenti. U tom

segmentu smatramo ovu suradnju na projektu značajnom. Vjerujemo da je i studentima ovaj dio prakse koji se odvijao na terenu u radu s gostima bio zanimljiv i različit od onoga što su im uobičajeni zadaci tijekom školovanja. Filozofskom fakultetu dostavljena su Izvješća o provedenoj stručnoj praksi kao i potrebna dokumentacija vezana za obračun i isplatu prema Turističkoj zajednici grada Rijeke.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Angažmanom na projektu PerPeTuUm aGile Turistička zajednica grada Rijeke dala je svoj obol angažiranju studenata na izvršavanju praktičnih zadataka za vrijeme studiranja. Time smo studentima dali mogućnost uvida u konkretno poslovanje Turističke zajednice grada Rijeke gdje su se mogli upoznati s jednim od najznačajnijih projekata koje Turistička zajednica provodi u svrhu poboljšanja kvalitete turističkog proizvoda Rijeke i podizanja nivoa turističkih usluga koje su na raspolaganju stranim i domaćim turistima za vrijeme njihovog boravka u Rijeci.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (direktor, voditelj informiranja i istraživanja tržišta, administrator), Filozofski fakultet Rijeka i ostali partneri

Realizacija: 0,00 kn

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

2.3.1. Riječki karneval

Riječki karneval izrastao je na mesopusnoj tradiciji primorske regije. Rijedak je spoj različitih karnevalskih tradicija: stoljetnih domaćih pokladnih običaja, uz utjecaj venecijanskih i austrijskih karnevalskih posebnosti. Svojom dugogodišnjom tradicijom i utjecajem na društvenu zajednicu, Riječki karneval najveći je i najpoznatiji javni događaj na području Kvarnera te u novije vrijeme prepoznatljivi imidž grada Rijeke. 2008. godine Riječki karneval i Dubrovačke ljetne igre uvršteni su u knjigu „501 događaj koji morate posjetiti“, a 2010. godine Turističkoj zajednici grada Rijeke dodijeljeno je prestižno priznanje ZLATNO TURISTIČKO SRCE kao organizatoru Riječkog karnevala, najbolje turističke manifestacije Jugoistočne Europe u 2009. godini.

Riječki karneval je kulturna baština Hrvatske, jak turistički adut grada Rijeke, zabavno - sportska i kulturna manifestacija omiljena od strane građana svih generacija i interesa. Riječki je karneval jedinstven i doživljava se osobno jer se priprema s ljubavlju. Za Riječane karneval nije samo maska na licu – to je način života, to je peto riječko godišnje doba.

Detaljan i precizan opis aktivnosti

Program Riječkog karnevala 2022. organiziran je sukladno epidemiološkoj situaciji i preporukama Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske, kako se ni bi ugrozilo zdravlje i životi potencijalnih sudionika. U sklopu realizacije Riječkog karnevala 2022. iz epidemioloških razloga nisu održani Izbor kraljice Riječkog karnevala, Dječja karnevalska povorka, niti Međunarodna karnevalska povorka u tradicionalnom zimskom terminu. Slijedom poboljšanja epidemiološke situacije pristupilo se organizaciji Dječje karnevalske povorke i Izvanredne ljetne Karnevalske povorke u terminima 04.06., odnosno 18.06.2022. Uzevši u obzir temperature tijekom lipnja početak povorki određen je za 17:00 sati.

Ovogodišnji period Riječkog karnevala tradicionalno je započeo 17. siječnja 2022. godine i trajao je sve do Pepelnice ili „čiste srijede“ 02. ožujka 2022. godine te su tijekom karnevalskog razdoblja održani slijedeći program.

❖ **Primopredaja ključa Grada – ponedjeljak, 17. siječnja – Plavi salon Grada Rijeke**

Primopredaja ključa Grada kao tradicionalno uvodna priredba održana je iz epidemioloških razloga u Plavom salonu Grada Rijeke, čime je i službeno otvoren 39. Riječki karneval 2022. Službenom primopredajom ključa Grada i simbolično je obilježen početak karnevalskog „petog godišnjeg doba“, koje je i ove godine trajalo sve do blagdana Pepelnice (do 02. ožujka).

Riječki karneval ima i svoju kraljicu, koja se bira između predstavnica karnevalskih grupa. S obzirom na neodržavanje Izбора kraljice Riječkog karnevala, Dori Pilepić (predstavnicu grupe „Siti i pijani“) produžen je po drugi puta mandat.

Istog dana sukladno epidemiološkim mjerama na Pehlinu, Pašcu i Zametu upriličeno je tradicionalno dizanje pusta u skladu s važećim epidemiološkim mjerama.

❖ **Dani smijeha u Karnevalu – 21.01.2022.-18.02.2022. – HKD na Sušaku**

Dani smijeha u Karnevalu već tradicionalno su dio programa Riječkog karnevala. Predstavljaju kazališne komedije koje za cilj imaju ponuditi drugačiji pristup karnevalu kroz predstave. Tijekom ovogodišnjeg izdanja realizirane su tri atraktivne komedije u skladu sa svim epidemiološkim mjerama u trenutku održavanja. 21.01. održana je predstava „Casabianca“ autorskog izvođačkog dvojca Irene Grdinić i Maria Lipovšeka Battiface. 28.01. Teatar Luda kuća iz Zagreba s predstavom „Potpuni stranci“ adaptirali su jedan od najuspješnijih i najgledanijih talijanskih filmova „Perfetti sconosciuti“. 18.02. odigrana je premijera beogradske predstave „Idealna polovina“ u režiji Nikole Zavišića.

❖ **CARneval povorka – nedjelja, 20.02.2022. Kampus Trsat – Parking Stadiona Kantrida**

Drugi put u sklopu Riječkog karnevala održana je CARneval povorka od Kampusu na Trsatu do parkirališta ispod Stadiona Kantrida. Prvotno planirana za subotu 19. veljače, zbog nepovoljnih vremenskih uvjeta održana je dan kasnije. Na otvorenom autobusu nastupala je grupa Fiesta šireći karnevalski duh ulicama grada. U pratnji povorke su bili prijelazni meštar Sandi i kraljica Riječkog karnevala Dora Pilepić.

❖ **Paljenje pusta, oproštaj Meštra Tonija, najava novog Meštra i najava termina odgođenog Karnevala – nedjelja 27.02.2022. Gat Karoline Riječke**

Po prvi puta u povijesti Riječkog karnevala, a izazvano nemogućnosti organiziranja programa, organiziran je program 27.02.2022. na Gatu Karoline Riječke koji je uključivao nekoliko segmenata. Prijavljeni skup održan je u sklopu svih odobrenja i epidemioloških mjera koje su bile na snazi u vrijeme održavanja.

Okupili smo preko dvadeset i pet barjaktara karnevalskih grupa, Gradsku glazbu Trsat, Prve Riječke mažoretkinje uz iskusno vođenje Josipa Krmpotića i Roberta Ferlina. Prvi dio tradicionalnog paljenje pusta u organizaciji udruge Pom-F-Ri, odrađen je na pontonu u Riječkoj luci. Janssen Cipljen platio je za sve loše što nam se dogodilo u prošloj godini. Drugi dio manifestacije bio je posvećen oproštaju Meštra Tonija od dugogodišnjeg meštovanja Riječkim karnevalom. Uz prigodnu muziku Gradske glazbe Trsat, nastup mažoretkinja te pozdrav okupljenih predstavnika grupa



otpraćen je u zasluženu mirovinu. Plaketom počasnog Meštra Riječkog karnevala proglašen je od strane Turističke zajednice grada Rijeke. Uz prigodne poklone i Gradonačelnik Grada Rijeke zahvalio se, sada već, bivšem Meštru.

Treći segment manifestacije bio je fokusiran na proglašenje novog Meštra, Sandija Pribanića, predstavnika Draških maskara. Uz Doru Pilepić (kraljicu s produženim mandatom) preuzeo je meštovanje Riječkim karnevalom. Uslijedila je najava odgođenog Riječkog karnevala od strane novog meštra za termin 18.06.2022. što su okupljene maskare pozdravile.

❖ Dječja karnevalska povorka – subota, 04. lipnja – trasa povorke

Dječja karnevalska povorka pokazala je ljetno dječje lice u novim kreacijama djece predškolskog i školskog uzrasta. Trasa povorke ostala je ista zadnjoj održanoj 2020. godine. Maškarana skupina kretala je s Rive, preko Trga 111. brigade, Trga Republike Hrvatske, Korza, Scarpine, Ribarske ulice u prostorije Expor Delta. Na trasi povorke bilo je postavljeno pet pozornica s voditeljima koji su najavljivali grupe prigodnim tekstom. Na Trgu Republike Hrvatske nalazio se Denis Brižić, glavnu pozornicu na Korzu držao je Josip Krmpotić, Scarpina – Nina Dukić Srok, Jelačićev trg – Maja Stepančić, dok je u prostorima Export Delta bio Davor Jurkotić.

Ovogodišnju Dječju karnevalsku povorku predvodili su novi Meštar Sandi i kraljica Dora zajedno s princem Anotniom Cofer Kliner i princeza Valerija Štimac, prva pratilja Leonora Belašić i druga pratilja Nika Škulj i prvi pratitelj Luka Šikljan s Morčićima.

Predstavnici s dva sudionika iz grupe sastali su se u 16,00 sati ispred Gradske vijećnice zbog tradicionalnog prijema kod Gradonačelnika. Primili su ih zamjenici Gradonačelnika. Paralelno na glavnoj pozornici održan je nastup dječjeg zbora „Male Tratinčice“ i „Tratinčice“, nakon čega su nastupile Prve riječke mažoretkinje. Zadnja pozornica s voditeljem nalazila se u prostoru Export Delta gdje su po predstavljanju osigurane krafne i sokovi za sve sudionike.

Po završetku povorke na glavnoj pozornici na Korzu u 19,30 sati održana je predstava „Ivica i Marica“ Gradskog kazališta lutaka. Prostor za sjedenje ispred pozornice bio je premalen za zainteresiranu djecu i roditelje.

U povorci je sudjelovalo 1737 sudionika podijeljenih u 21 grupu. Svi sudionici povorke istaknuli su se unikatnim nastupom i maskom. Povorka je završila u 19,00 sati.

Za sve koji su došli uživo pratiti Dječju karnevalsku povorku i uživati u maštovitim maskama mogli su oslikati lice na nekoliko punktova po gradu. Oni koji nisu mogli prisustvovati na Korzu mogli su putem Kanala Ri pratiti direktan prijenos.



❖ **Humanitarna maškarana jota – petak, 17. lipnja 2022.**

Maškarana jota je humanitarna gastro manifestacija koja se je održala u sklopu Izvanredne ljetne Karnevalske povorke, a dan prije same povorke. Ova manifestacija održava se već 15 godina s ciljem doniranja sveukupno prikupljenih sredstava svake godine nekoj drugoj potrebitoj neprofitnoj udruzi ili pojedincu. Manifestacija, također, ima za cilj promociju i razvoj urbanog turizma, promicanja obrtništva i aktivnog uključivanja obrtnika s područja na kojem djeluje Udruženje obrtnika Rijeka (Rijeka, Bakar, Kraljevica, Čavle i Kostrena) u gradsku zajednicu.

Kako bi ispunilo jedan od svojih ciljeva, a to je promocija i razvoj urbanog turizma, Udruženje je kroz modnu reviju aktivno uključilo obrtnike u turističku ponudu grada. Osim prodaje jote organizirana je i modna revija na kojoj su modne dizajnerice predstavile haljine izrađene na zadanu tematiku, cvjećari interesantan modni dodatak, frizeri i vizažisti dali su svoj doprinos u uljepšavanju manekenki, a Udruga Palentar humanitarno je kuhala palentu kompiricu. U glazbenom dijelu sudjelovala je grupa Kantriders, a manifestaciju je vodila Matea Krmpotić.

Ove godine sav prikupljeni novac doniran je Udruzi DIRA iz Rijeke za opremanje senzorne dvorane za djecu s teškoćama u razvoju.

❖ **Zabavni program na Gatu Karoline Riječke – petak, 17. lipnja 2022.**

Zabavni program na Gatu Karoline Riječke preteča je i dio zabavnog programa u sklopu izvanredne ljetne Karnevalske povorke. Nastup večer prije povorke pokazao se kao još jedan dobar potez u prezentaciji Rijeke kao destinacije zabave u ljetnim mjesecima. Nastupe su održali popularni Sajeta i sastav Gazde.

❖ **Humanitarni karnevalski gala party - petak, 17. lipnja 2022.**

Humanitarni karnevalski gala party prateća je manifestacija Karnevala u organizaciji Grada Rijeke i Rotary Cluba Rijeka - Sv. Vid te uz potporu Turističke zajednice grada Rijeke i Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja Rijeka. Humanitarni karakter financijski je bio usmjeren prikupljanju sredstava za izbjeglice iz Ukrajine i skrbi za izbjeglice Hrvatskog Crvenog križa.

❖ **Izvanredna ljetna karnevalska povorka – subota, 18. lipnja – trasa povorke**

Prvi put u povijesti Riječkog karnevala povorka je održana van zimskog, tradicionalnog termina. Koncept povorke i zabavnog dijela nakon planiran je drugačije u odnosu na tradicionalni. Zaključkom Gradonačelnika centar grada bio je zatvoren za promet i pretvoren u šetališnu zonu sa zabavnim sadržajima.



Trasa povorke nije se mijenjala u odnosu na zadnju održanu 2020. godine. Podjela brojeva organizirana je kod Boonkera, nakon čega su se grupe pozicionirale duž ulice Riva. Okrijepa u vidu prehrane i napitaka po prvi je put organizirana na Trgu 111. brigade HV-a što su karnevalske grupe pozdravile. Početak trase bio je u ulici Riva, nastavljao se na Ulicu Ivana Zajca preko Ribarske, Jelačićevog trga preko Scarpine do Korza i Trga Republike Hrvatske u Adamićevu ulicu, te preko Zadarske na Žabicu gdje je bio kraj trase. Organizirano je bilo šest pozornica s dva voditelja radi kvalitetnijeg praćenja grupa i

koreografija koje su izvodile. U Ulici Ivana Zajca na pozornici su se nalazili Lucio Slama i Ivan Corneretto, na Jelačićevom trgu Maja Stepančić i Ivana Bilen, Scarpinu su držali Davor Jurković i Davor Miočić, Korzo Josip Krmpotić i Robert Ferlin, Trg Republike Hrvatske Lena Stojiljković i Neno Pavinčić, te finalno na Jadranskom trgu Sara Ivelja i Denis Povh. Zadnja pozornica bila je rezervirana za voditelje s Radia Korzo, s kojim je bila definirana suradnja.

Tijekom cijelog dana na šest lokacija u gradu bile su definirane pozicije za oslikavanje lica i prodaju suvenira s motivima grada Rijeke i Riječkog karnevala.

U cilju što kvalitetnije prezentacije riječkih karnevalskih grupa ponuđena je pomoć u vidu osiguravanja prikolice i financijskog pokrića dijela maske. Od svih navedenih samo su Draške maskare iskoristile navedenu mogućnost. Ovogodišnje ljetno karnevalsko izdanje popratilo je i drugačiji način sufinanciranja karnevalskih grupa. U odnosu na prethodne godine iznosi sufinanciranja su podijeljeni na dvije kategorije. Karnevalske grupe iz Rijeke bile su sufinancirane iznosom od 5.000,00 kn, dok su ostale grupe primile 3.000,00 kn. Halubajski zvončari jedini su sudionici koji su imali organiziran prijevoz od strane Turističke zajednice grada Rijeke.

Ovogodišnju izvanrednu povorku predvodili su gradonačelnik Marko Filipović, meštar Sandi i kraljica Dora s Morčićima. Kao posebnost ove godine su svakako sedam luksuznih Ferrari vozila koja je doveo Ferrari Owners´ Club Czech Republic. Nakon njih nalazili su se Gradska glazba Trsat i Prve riječke mažoretkinje. Povorka je započela u 17,00 sati i završila u planiranih 22,00 sata.

U povorci je sudjelovalo 5000 sudionika organiziranih u 57 grupa uglavnom s područja Rijeke i prstena. Gostujuće međunarodne grupe po preporukama dolazile su iz Bugarske – Suvrakar grupa u Društvenom domu Dimitar Poljanov s 40 sudionika, međunarodna organizacija Falun Dafa s 220 sudionika, Srbija – Omladinsko pozorište Morava teatar s 25 sudionika, BiH - Karnevalsko društvo Prolog – Ljubuški s 36 sudionika, Italija – Grupa Morgana s 28 sudionika. Interesantan detalj je svakako što, osim Halubajskih zvončara niti jedni drugi zvončari nisu sudjelovali. Prateći tradiciju 120 zvončara s Halubja zatvorilo je povorku.

Po završetku povorke započeo je dogovoreni zabavni program u gradu na šest različitih lokacija. U ovisnosti o lokaciji i dogovoru s ugostiteljima i organizatorima pružena je pomoć u organizaciji programa. Na glavnoj pozornici na Korzu nastupio je D'Beni bend s pop rock ritmom do 24,00 sata kako je bilo prijavljeno. Na Gatu Karoline Riječke zabavni program je započeo u 12,00 sati s DJ Malcolmom, a nastavio u 22,00 sata s Grooversima i Koktelsima. Koblerov trg pod nazivom Koblerov trg – Carnival edition ugostio je DJ Voljena, DJ Jakšu i Techno Vikingse nakon završetka povorke. Na lokaciji Tarsatički principij pod nazivom Arco Romano Carnival Party s početkom u 22:00 sata bilo je angažirano pet DJ -a. MSQRD Open Air na Titovom trgu sa sedam DJ zabavljalo je posjetitelje. Das tunnelprojekt3.30 x Innerspace naziv je zabavnog dijela programa u pothodniku ulice Vatroslava Lisinskog. Organizirani zabavni sadržaj za cilj je imao ponuditi zabavni program na različitim lokacijama s različitim sadržajima koji je u potpunosti ispunjen.

Oni koji nisu mogli prisustvovati ljetnoj karnevalskoj povorci i zabavnom programu izravan prijenos mogli su pratiti na Kanalu Ri.

❖ **Noć krinolina na brodu Marina – nedjelja, 19. lipnja – brod Marina**

Već 10-tu godinu za redom predstavnici Federacije europskih karnevalskih gradova (FECC) – mahom organizatori velikih međunarodnih karnevala iz 5 država, kao i visoki gosti iz društvenog i gospodarskog svijeta našeg grada i dame u krinolinama i primjereno odjeveni partneri plešu u taktu valcera, evergreena, polke. Noć krinolina na brodu Marina vrijeme je i mjesto sastanka s humanitarnom notom. Sve donacije prikupljene na balu uplaćene su u korist Sigurne kuće. Ukupan iznos prikupljen i uplaćen Sigurnoj kući koju vodi Udruga za zaštitu obitelji Rijeka je 3.830 kuna.

Riječki karneval je, nažalost, i ove godine s obzirom na važeće epidemiološke mjere bio prilagođen u održavanju te su se i promotivne aktivnosti odvijale sukladno tome. Iako je sve bilo planirano za pokretanje krajem protekle godine, uslijed odluke o pomicanju termina održavanja Riječkog karnevala u ljetne mjesece, promotivne aktivnosti su se prilagodile novoj situaciji te su provedene u dvije faze.

U prvoj fazi promotivne aktivnosti su imale za cilj informiranje o pomicanju termina održavanja odnosno informiranje o manifestaciji vraćanja ključeva Grada koji se održao sukladno epidemiološkim ograničenjima na Gatu Karoline Riječke.

Druga faza podrazumijevala je informativnu i promotivnu aktivnost za potrebe Riječkog karnevala u novom izvanrednom ljetnom izdanju koji se po prvi put tako održao.

Tako su se promotivne aktivnosti ažurirale novoj situaciji gdje se prva faza realizacije posvetila Dječjoj karnevalskoj povorci koja se održala 4. lipnja dok se druga faza realizacije posvetila promociji izvanredne ljetne Karnevalske povorke koja se održala 18. lipnja kao i brojnim drugim događanjima tog završnog ljetnog izdanja Riječkog karnevala. Promotivne aktivnosti tog zadnjeg karnevalskog ljetnog vikenda uključivale su promociju desetak službenih karnevalskih događanja.

Glavna poruka promotivnih aktivnosti bila je, uslijed ovog izvanrednog ljetnog izdanja, da Rijeka u tom završnom vikendu postaje najveća i najbolja destinacija za ljetnu zabavu, dobar zabavni i tradicijski program kao i popratno uz brojnu ponudu partnera u destinaciji.

Promotivne aktivnosti su se provodile u offline i online medijima, gdje je posebna pažnja posvećena komunikaciji izvanredne situacije pomicanja termina događanja.

Promotivne aktivnosti su u pripremnoj fazi pored planiranja uključivale i redovnu komunikaciju s pokroviteljima te priprema svih materijala sukladno ugovorenim obvezama koje smo kao organizatori preuzeli. Održale su se redovne konferencije za medije na kojima smo kao organizatori predstavili Riječki karneval i njegove pokrovitelje.

Promotivne aktivnosti su se radi izvanredne situacije u usporedbi s prethodnim godinama intenzivirale te se veća pažnja posvetila promociji ne samo karnevala kao najvećeg brenda destinacije i regije, već i promociji destinacije za zadnji vikend zabave kao motiv dolaska gostiju i posjetitelja.

Promotivne aktivnosti su se provodile na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini te su dogovorene suradnje i realizirane su promotivne aktivnosti na radio postajama, dnevnim i tjednim tiskovinama, vanjskom oglašavanju odnosno plakatiranju, banneri na regionalnim i nacionalnim portalima, promotivne aktivnosti putem mrežne stranice i društvenih mreža.

Za potrebe pripreme materijala te promotivnih online aktivnosti angažirana je agencija koja je producirala sve potrebno kao i vršila online promotivne aktivnosti temeljem odobrenog proračuna za društvene mreže i mrežnu stranicu gdje je kreirana posebna stranica posvećena ovogodišnjem ljetnom izdanju Riječkog karnevala. Online promotivne aktivnosti imale su težište na bliskim

emitivnim turističkim tržištima Slovenije i Italije pored nacionalnih aktivnosti. Promotivne aktivnosti su pored društvenih mreža Facebook i Instagram uključivale i Google Ads.

Postignuti su izvanredni rezultati promotivnih aktivnosti. Tako je Google Ads kampanja imala za cilj postići što veći broj impresija te kao sekundarni cilj dolazak na stranicu. Kampanja je za cilj imala osvijestiti publiku na dogovorenim lokacijama da će se u Rijeci održati karneval u ljetnom terminu. Bile su postavljene Google Display kampanje koje su prikazivale bannere s porukama, te Google video / YouTube kampanje koje su prikazivale video s dogovorenim porukama na stranicama Google Partnera i na YouTube platformi.

Ukupan broj impresija, odnosno koliko puta su oglasi prikazani je 2.376.669 puta. Na oglase su korisnici kliknuli 75.017 puta. S oglasima su najviše interakcija imali korisnici na području Italije, čak 44,87%. Rezultati koji su ostvareni su impresivni prema broju prikaza oglasa kao i reakcijama na iste.

Facebook i Instagram kampanje plasirane su na dogovorene lokacije koje se nalaze na udaljenosti od 2-3 sata vožnje od Rijeke. Oglasi su napravljeni na hrvatskom, slovenskom i talijanskom jeziku te su kao takvi bili aktivni u navedenim državama. Svaka grupa oglasa sastojala se od 3 unaprijed dogovorena vizuala te videa. U prvih 5 dana oglasi su dosegli 651.677 korisnika te je najveći doseg ostvaren u Hrvatskoj (252.592 korisnika), zatim u Italiji (209.685 korisnika).

U periodu od 1. lipnja uz ostale promovirane aktivnosti, Visit Rijeka FB stranicu su lajkale 203 osobe, a zapratilo 212 osoba. Same objave organski + plaćeno dosegule su 643.069 korisnika.

Za provedene promotivne aktivnosti analizom svih objava zaključujemo da su ostvareni izvanredno odlični rezultati. U kratkom periodu, za vrijeme intenzivnog oglašavanja u tjednima pred početak ljetnog izdanja Riječkog karnevala, realizirane su promotivne aktivnosti koje su poruku Riječkog karnevala prenosile svim zainteresiranim gostima i posjetiteljima.

U zadnjem kvartalu izvještajnog perioda pripremljen je novi vizualni identitet Riječkog karnevala 2023. godine. Riječki karneval 2023. slavi svoje jubilarno 40-izdanje i koncept vizualnog identiteta objedinjuje grafičke elemente i vrsnu ilustraciju čije je polazište bazirano upravo na ključnim elementima Riječkog karnevala - šareni uzorci karnevalskih kostima, zastave maškaranih grupa, maske, zvona i nezaobilazni simbol Rijeke i Riječkog karnevala - Morčića.

Povodom 40-te obljetnice Riječkog karnevala, izabran je suvremen ilustrativan pristup, neopterećen dizajnerskim ograničenjima, ali opet skladan svojom cjelinom te čitljiv široj publici.

Na realizaciju programa manifestacije u proteklom period utrošeno je 1.439.868,25 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluge tiska – 29.396,00 kn
- Usluge ozvučenja i rasvjete – 51.499,00 kn
- Ugovori o djelu, autorski ugovori, studentski i sl. – 79.539,17 kn
- Organizacija programa – 173.180,00 kn
- Usluga čuvanja imovine i osoba- 86.690,00 kn
- Usluge smještaja, prijevoza i sl. – 121.839,25 kn
- Usluge oglašavanja – 280.540,85 kn
- Najam razne opreme – 95.144,09 kn
- Rashodi za razne usluge – 46.224,00 kn
- Rashodi za materijal i energiju (pokloni i ostali materijalni rashodi) – 47.386,20 kn
- Ostali materijalni rashodi (članarine, ZAMP, reprezentacija) – 22.052,56 kn
- Troškovi prezentacija – 4.358,20 kn
- Sufinanciranje karnevalskih grupa – 268.000,00 kn
- Ostali rashodi – 113.227,79 kn
- Amortizacija – 20.791,14 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Provedbom ovog projekta ostvarena je promocija grada Rijeke kao turističke destinacije, kroz očuvanje i prezentaciju višestoljetne tradicije i običaja ovog kraja, kao i obogaćivanje zabavne ponude i atraktivnosti grada prigodnim programima.

Prilagodba programa i novi termin održavanja u realizaciji bio je riskantan. Međutim, nakon provedbe pokazalo se kako je Rijeka kao destinacija spremna za održavanje velikog eventa koji uključuje više sudionika i organizatora programa uz veliku pomoć Turističke zajednice. Promocija destinacije u potpunosti je zadovoljena, a potražnja za smještajem pokazala je interes za Rijekom i zabavom u ljetnim mjesecima.

Za provedene promotivne aktivnosti analizom svih objava zaključujemo da su ostvareni izvanredno odlični rezultati. U kratkom periodu, za vrijeme intenzivnog oglašavanja u tjednima pred početak ljetnog izdanja Riječkog karnevala, realizirane su promotivne aktivnosti koje su poruku Riječkog karnevala prenosili svim zainteresiranim gostima i posjetiteljima.

Provedbom ovog projekta ostvarena je promocija grada Rijeke kao turističke destinacije, kroz očuvanje i prezentaciju višestoljetne tradicije i običaja ovog kraja, kao i obogaćivanje kulturno-zabavne ponude i atraktivnosti grada prigodnim programima primjerenim epidemiološkoj situaciji u prvom dijelu održavanja te u drugom dijelu gdje su epidemiološke mjere bile više slobodnije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj razvoja proizvoda, voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

Realizacija: 1.439.868,25 kn

2.3.2. Rijeka Advent**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Rijeka Advent s programima koji se održavaju u centru grada i na Trsatskom kaštelu kroz protekle se je godine pozicionirao kao prepoznatljiv turistički proizvod destinacije i motiv dolaska brojnih domaćih i stranih gostiju.

Rijeka Advent u ovogodišnjem izdanju bio je organiziran na pet lokacija: Korzo, Trg 128. brigade HV-a, Trg Riječke rezolucije, Trg Ivana Koblera te u Verdijevoj ulici. Lokacije su bile podijeljene na dvije funkcionalnosti: trgovačka i ugostiteljska. U odnosu na prošle godine, a s ciljem kvalitetnije ponude na blagdanskim kućicama 4 pozicije bile su definirane za prodaju fritula, dok su ostale bile trgovačke namjene. Ukupno su bile pozicionirane 43 adventske kućice s prigodnom dekoracijom. Lokacija Korzo i Trg Riječke rezolucije iskorišteni su za postavljanje zvučnika s prigodnom adventskom muzikom u cilju pojačanja doživljaja Adventa.

Programski dio Adventa bio je organiziran na tri lokacije: Trg Riječke rezolucije, Verdijeva ulica i Trg Ivana Koblera u terminu 27.11.2022.– 02.01.2023. Programski dio na svakoj od lokacija



imao je svrhu obogatiti glazbeni doživljaj Adventa. Otvorenje Rijeka Adventa bilo je posebno pažljivo organizirano. Uz profesionalnog voditelja, glazbenog sastava, nastup Prvih riječkih mažoretkinja i hodača na štulama, otvorenje je izgledalo posebno atraktivno uz velik odaziv posjetitelja na lokacijama otvorenja.

Osim trgovačke, ugostiteljske i programske ponude tijekom trajanja manifestacije bio je organiziran i Vlakić Djeda Mraza koji je prometovao u jutarnjim i popodnevnim satima od Trga bana Jelačić do Jadranskog trga i povratno. Bitno je napomenuti kako je

vožnja bila besplatna za sve zainteresirane. Jutarnji termini bili su rezervirani za vožnju djece iz dječjih vrtića i osnovnih škola, također besplatno. Koordinacija rasporeda vožnji provodila se putem TIC-a.

Dodatna atrakcija koja je privukla posjetitelje bila je i kućica Djeda Mraza postavljena ispred TIC-a. U radno vrijeme bilo je dostupno fotografiranje u prigodno dekoriranoj kućici. Čestitka s fotografijom mogla se besplatno podignuti u Foto Kurtiju na Fiumari.

Dodatni element koji je Advent činio atraktivnijim i sudjelovao u privlačenju gostiju, svakako su i dodatna svjetlosna dekoracija koja je osvijetlila Užarsku ulicu, dodatne svjetlosne dekoracije Primorskog parka, photopoint instalacije u Bazarigovom prolazu i Trgu 128. brigade HV-a, velika blagdanska svjetlosna dekoracija na Trgu RH te blagdanski svjetlosni elementi na Trgu Riječke rezolucije. Osim navedenih svjetlosnih dekoracija, lokacije Korzo, Trg 128. brigade HV-a, Trg Riječke rezolucije, Trg Ivana Koblera te prolazi između navedenih trgova bili su obogaćeni sa živim prigodno dekoriranim borovima ispod kojih su se nalazili omotani pokloni. Po prvi puta organiziran je i Poštanski ured Djeda Mraza u prostoru Riječkog tunela, koji je polučio veliki interes djece.



Prema reakcijama na društvenim mrežama možemo zaključiti kako su svjetlosne dekoracije doprinijele pojačanom dojmu Adventa i promovirale Rijeku kao adventsku destinaciju.

Ovogodišnji Advent u Rijeci oplemenjen je organizacijom šestim po redu Adventom na Gradini. Ono što Gradinu u adventsko doba čini prepoznatljivom je svakako svjetlosna dekoracija, koja je i ove godine bila na visokoj razini. Postavljeno je rekordnih 12 kilometara lampica, već tradicionalna Votivna kruna i ovogodišnji novitet prigodno dekorirani božićni poklon visok 5,5 metara, postavljen na ulazu u Gradinu. Osim prigodnih blagdanskih dekoracija tijekom trajanja Adventa održan je glazbeno zabavni dio, gostovanje Bake Mraz i dva dočeka Nove godine.

Rijeka Advent manifestacija je koja u Rijeci iz godine u godinu raste i svakim izdanjem obogaćuje svoje programe i sadržaje te iznova oduševljava goste i posjetitelje. Sukladno tome realizirale su se promotivne aktivnosti u svrhu jačanja brenda Rijeka Adventa te njegovog pozicioniranja na domaćem i emitivnim tržištima s kojih gosti sve češće posjećuju Rijeku i u zimskom periodu.

Rijeka Advent jedan je od glavnih motiva dolaska posjetitelja u terminima njegovog održavanja, a njegovi su se programi odvijali od 27. studenog 2022. do 2. siječnja 2023. godine.

Programi Rijeka Adventa najavljeni su konferencijom za medije na kojoj su sudjelovali predstavnici organizatora te je vijest o njegovom otvaranju i planiranim sadržajima bila odlično zastupljena u lokalnim i regionalnim medijima.

Promidžba i marketinške aktivnosti za Rijeka Advent 2022. provedene su sukladno planiranom i polučeni su pojačani efekti vidljivosti manifestacije, destinacije i organizatora. Oglašavanje ovogodišnjeg izdanja Rijeka Adventa provodilo se prije početka manifestacije, kao najava same manifestacije, te kroz cijelo vrijeme trajanja Rijeka Adventa i to putem online i offline kanala.

Naglasak online kampanje bio je na Facebooku i Instagramu, na kojem su ciljane objave dosegule velik broj potencijalnih gostiju, čiji je motiv dolaska u destinaciju upravo Rijeka Advent. Promocija Rijeka Adventa provodila se i putem mrežne podstranice manifestacije, koja je sadržavala sve informacije o lokacijama i programima u sklopu Rijeka Adventa. Na mrežnoj stranici potencijalni posjetitelji mogli su pronaći detaljan kalendar događanja i ponudu na svakoj lokaciji zasebno.

Promidžbe aktivnosti su pored redovitih objava na mrežnim stranicama i profilima društvenih mreža, uključivale i medijske suradnje s medijskim kućama koje su ugovorene posebno na ovu temu (Otvoreni radio, Bravo Radio, Rovinj FM, Fiuman, RiPortal, Indeks, Novi list, Nacional). Medijske suradnje polučile su izvrsne rezultate, jer se na taj način dosegno puno veći broj potencijalnih posjetitelja s obzirom da se redovito izvještavalo o događanjima i ponudi manifestacije, bilo kroz pomno osmišljene promidžbene poruke ili direktnog javljanja u program pojedinih medija.

Za potrebe offline i online promidžbe izrađena su vizualna rješenja koja se baziraju na logu Rijeka Advent. Za potrebe ažuriranja banke fotografija za nadolazeće manifestacije realizirano je i fotografiranje lokacija i motiva Rijeka Adventa.

Na realizaciju programa u sklopu ove manifestacije u periodu do 31.12.2022. godine utrošeno je 2.090.133,03 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluge čuvanja imovine i osoba – 141.150,00 kn
- Usluge organizacije programa – 533.849,98 kn
- Najam razne opreme – 501.086,00 kn
- Usluge oglašavanja – 306.589,50 kn
- Usluga grafičke pripreme i tiska – 23.970,00 kn
- Ugovori o djelu, autorski ugovori, studentski i sl. – 16.260,50 kn
- Ostale komunalne usluge – 38.350,00 kn
- Usluge smještaja, prijevoza i sl. – 31.761,65 kn
- Ostale usluge (usluge bilježnika, čišćenja, izrada Filma, poštarine i sl.) – 136.680,74 kn
- Rashodi za materijal i energiju (uredski materijal, utrošak električne energije, sitan inventar) – 83.795,66 kn
- Ostali rashodi (ugostiteljske usluge i reprezentacija) – 5.947,00 kn
- Božić je judi (donacija) – 10.000,00 kn.
- Amortizacija – 234.612,00 kn
- Nabava opreme - 26.080,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Realizacijom projekta postignuto je blagdansko ozračje i promocija grada kao atraktivne turističke destinacije na domaćem i inozemnom tržištu.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga, voditelj razvoja proizvoda)

Realizacija: 2.090.133,03 kn

2.3.3. Potpore projektima i manifestacijama

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Grad Rijeka i Turistička zajednica grada Rijeke sklopili su Sporazum o suradnji koji za cilj ima unapređenje i obogaćivanje turističkog proizvoda grada Rijeke i razvoj riječkog gospodarstva kroz razvoj kongresnog, nautičkog, zdravstvenog, eno-gastro i ostalih selektivnih oblika turizma, u kojem je Grad osigurao 200.000,00 kn, a Turistička zajednica 150.000,00 kn. Temeljem Sporazuma objavljen je Javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava za organizaciju događanja na području grada Rijeke u 2022. godini.

U proteklom periodu realizirani su i dostavljeni izvješćaji za slijedeća događanja vezana uz zajedničke potpore:

- ❖ **Wine EnoGastro VIP Event** – Međunarodna konferencija vinskih, ugostiteljskih i gastronomskih vrhunskih znalaca održana je 29. ožujka 2022. godine u hotelu Bonavia, u organizaciji Uslužnog obrta Ricerca Mercato. Konferencija koja je okupila velik broj stručnjaka i sudionika, održana je u cilju povezivanja ugostiteljsko-turističke struke s kvalitetnim proizvođačima vina, sira, tartufa, pršuta, maslinovog ulja... te promocije hrvatske enogastronomije, kulture i običaja
Odobrena je potpora u iznosu 13.500,00 kn.
- ❖ **PILC 2022** – gospodarska konferencija koja razmjenom iskustva iz područja strateškog vodstva iz različitih sektora, te povezivanjem akademske i gospodarske zajednice doprinosi razvoju i promociji riječkog gospodarstva. Konferencija se na području grada Rijeke održala 02. travnja 2022. godine u Palači Municipij.
Odobrena je potpora u iznosu 2.479,29 kn.
- ❖ **Kvarnerski festival vina WineRi** – održan je u periodu od 27. do 28. svibnja 2022. godine na Gat u Karoline Riječke u organizaciji AHA Marketing. Program je realiziran sa 60 izlagača koji su prezentirali 250 proizvoda. Prezentacija vina i lokalnih proizvoda bila je dobra prilika kako za uzvanike, novinare, tako i za turiste i građane da okuse namirnice lokalnog porijekla uz prezentaciju domaćina.
Odobrena potpora u iznosu od 36.000,00 kn.
- ❖ **6. History Film Festival** – međunarodni festival povijesnog dokumentarnog filma održao se u Rijeci u terminu od 13.09. do 17.09.2022. godine. Natjecateljski dio programa, s prijavljena 22 dokumentarna filma, održao se u Art kinu Croatia. U pet festivalskih dana održane su 3 svjetske, 5 europskih i 12 hrvatskih premijera, što govori o važnosti održavanja festivala u Rijeci. Sva festivalska događanja su snimljena i prikazana na HRT-u 3 u dvije 15-minutne emisije Kronike History Film Festivala.
Odobrena je potpora u iznosu 26.070,08 kn.
- ❖ **Rijeka Boat Show 2022.** - sajam nautike održan je u terminu 30.09.- 02.10.2022. godine na lokaciji Gat Karoline Riječke. Najveći nautički sajam na sjevernom dijelu Jadrana zanimljivim za izlaganje pronašlo je 80 izlagača iz Hrvatske, Slovenije, Austrije i Srbije. Po prvi puta na sajmu je predstavljena hrvatska premijera broda Monachus 70 Fly. Ostvarena je suradnja s Udruženjem hrvatske male brodogradnje HGK, Pomorskim fakultetom u Rijeci, Prirodoslovnim muzejom i Institutom Plavi svijet gdje se u sklopu predavanja i okruglih stolova razgovaralo o temama zagađenja mikroplastikom, zaštite i očuvanju okoliša i

hrvatskoj maloj brodogradnji. Više od 8.000 stranih i domaćih gostiju tijekom tri dana imalo je priliku sudjelovati na sve kvalitetnijoj prezentaciji nautičkog svijeta u Rijeci. Odobrena je potpora u iznosu 42.857,14 kn.

- ❖ **Konferencija Žene bez PARdona -Women 4 Business – Diversity and Inclusion** - održana je 09.12.2022. godine u prostorima Visoke poslovne škole PAR u Rijeci. Konferencija je bila podijeljena na pet segmenata koji su kroz panel rasprave, motivacijske govore, predstavljanje projekta i promoviranje poduzetništva žena obrađivali teme izazova položaja žena u širem društvenom i gospodarskom kontekstu. Domaći i međunarodni eminentni govornici naglasili su iznimnu kvalitetu sadržaja konferencije. Odobrena je potpora u iznosu 16.592,14 kn.

U cilju obogaćivanja i unapređenja turističke ponude na području grada Rijeke u 2022. godini raspisan je Javni poziv za prijavu događanja za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turistička događanja u 2022. godini“ te su sukladno Godišnjem programu rada za 2022. godinu raspodijeljena financijska sredstva u iznosu od 350.000,00 kn i donesena Odluka o sufinanciranju 13 programa koji su se održavali u Rijeci tijekom cijele godine.

U proteklom periodu realizirani su i dostavljeni izvještaji za slijedeće projekte:

- ❖ **5. Hrvatski festival burleske i kabarea** – održan je u periodu od 25. do 27. svibnja 2022. godine na botelu Marina u organizaciji tvrtke Arhipelag d.o.o. Umjetnička direktorica i producent festivala je svjetski poznata Celeste Petrović. Tri tematske večeri sadržajno su podijeljene. Prve dvije večeri natjecali su se novi umjetnici, a treću profesionalni performer. Tijekom tri večeri festival je pogledalo preko 400 posjetitelja, što čini potencijalno dobru posjećenost s obzirom na kapacitet i sadržaj, koji je neovisan o komercijalnim trendovima. Odobrena je potpora u iznosu od 10.000,00 kn.
- ❖ **9. Kvarnerski festival mora Fiumare 2022.** - održan je u periodu od 25. svibnja do 01. lipnja 2022. godine u organizaciji Koordinacija udruga za očuvanje i revitalizaciju pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Kvarnera i Istre. Program čine tridesetak različitih programa izvedeni na dvadesetak lokacija. Započeo je izlaganjem tradicijskih drvenih barki na Korzu. Održana su stručno-popularna predavanja u Konzervatorskom odjelu u Rijeci pod nazivom MaRiTime. U slijedećoj fazi u riječku luku uplovilo je 25 tradicijskih barki tipa guc, pasara, gajeta, leut te batana i bragoc opremljenih tradicijskim jedrima s cijelog prostora Kvarnera. U Prirodoslovnom muzeju u Rijeci, Pomorskom i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja Rijeka, Muzeju grada Rijeke i Pomorskom sveučilištu u Rijeci održani su dani otvorenih vrata sa zanimljivim sadržajima. Odobrena potpora u iznosu od 30.000,00 kn.
- ❖ **Dani Trsata - „Povratak Frankopana“** – organizirano je od 18. do 24. travnja 2022. godine na lokaciji Trsatskog kaštela i u Nugentovom parku. Ovogodišnja jubilara 30. obljetnica Dana Trsata i 5. obljetnica spektakla Povratak Frankopana okupila je sudionike – knezovi Frankopani Trsat, krčki knezovi Frankopani, Gradska straža Bakar 1848., vitezovi Sv. Nikole iz Varaždina, Red vitezova Sv. Vida – Ordo Sancti Viti, Frankopanska straža Grobnik, Teatar OZ, Teatar Merlin i drugi. Uprizoreni su scenski i kostimografski atraktivni sadržaji, dok je raznolik i zanimljiv program privukao posjetitelje različitih dobnih skupina. U sklopu Dana Trsata po prvi put održan je gastro show na temu Frankopanska kuhinja cheffa Dragana Viskovića. Održan je i stručni skup na temu Trsat čuvar Frankopanske baštine.

Odobrena potpora u iznosu od 5.000,00 kn.

- ❖ **Festival Melodije Istre i Kvarnera** – ovaj najstariji putujući festival na ovim prostorima koji se održava u cilju promocije i valorizacije čakavskog govornog i glazbenog izričaja održan je 25. lipnja 2022. godine na Trgu Riječke rezolucije u organizaciji Udruge Ljudi i običaji.
Odobrena potpora u iznosu od 25.000,00 kn.
- ❖ **Placa pod zvjezdanim riječkim nebom** – multidisciplinarna manifestacija koja se održava treću godinu za redom u organizaciji Obrta Poneštrica. Održana je od 10. do 12. lipnja 2022. godine na Trgu 128. brigade Hrvatske vojske. Manifestacija programski je održala sajam kreativaca i umjetnika, feštu od riječkog broda – papirnata Fiumanka, Padela s Kvarnera – gastro otok lokalnih delicija, kulinarske radionice, kazališne predstave lutkarskog kazališta, glazbeni i plesni nastup te humanitarnu akciju Društva za zaštitu životinja.
Odobrena potpora u iznosu od 20.000,00 kn.
- ❖ **17. Ljeto na Gradini** – tradicionalna je kulturno- zabavna manifestacije koja se održala na lokaciji Trsatskog kaštela u terminu 29.06.-28.08.2022. godine u organizaciji Sub Rosa d.o.o. Ovogodišnje izdanje provedeno je kroz 18 evenata s preko 400 izvođača različitih profesionalnih profila. Širok spektar programa kroz različite evente za cilj je imao ponuditi doživljaj za različite uzraste i ukuse. Prema mišljenju organizatora manifestacije je organizacijski bila kompleksna, međutim u potpunosti je ispunila očekivanja.
Odobrena potpora u iznosu 75.000,00 kn.
- ❖ **14. Riječke stepenice** – modna manifestacija održana je 02.09.2022. godine na stubama Crvenog križa pored hotela Bonavia u organizaciji Spectaculum d.o.o. Cilj manifestacije je promocija i poticanje razvoja hrvatske tekstilne industrije, kroz promociju modnih kuća i hrvatskog dizajna. Vrlo jasan sadržaj s fokusom na više ciljnih skupina obogaćuje turističku ponudu grada Rijeke i doprinosi promociji destinacije.
Odobrena potpora u iznosu 30.000,00 kn.
- ❖ **Glazbene večeri na terasi hotela Continental** – manifestacija se održala u terminu 15.07. – 26.08.2022. godine na dvije lokacije: terasi hotela Continental i rivi hotela Jadran. U glazbenom dijelu su nastupali Denis Razumović – Denis Razz Adjustable Group i Nataša Veljak koji su se izmjenjivali na lokacijama i terminima. S obzirom na termine održavanja od preko mjesec dana u glavnoj sezoni, manifestacija je polučila kvalitetan glazbeni program sa zadovoljavajućom popunjenošću prema riječima organizatora.
Odobrena potpora u iznosu 15.000,00 kn.
- ❖ **CRO Race** – međunarodna biciklistička utrka jedan je od najznačajnijih sportskih nacionalnih događanja. Održana je u terminu od 26.09. do 02.10.2022. godine na trasi od ukupno 1.080 kilometara kroz 12 županija. Sportski i medijski najzanimljivija području našeg grada bila je 5. etapa koja je krenula 01.10.2022. godine sa startom iz Opatije. Na ovogodišnjoj utrci sudjelovalo je 20 svjetskih biciklističkih timova koji su na nacionalnoj i međunarodnoj razini donijeli vrijedan medijski prostor. Svakodnevno se moglo doživjeti preko 12 sati prijenosa uživo na frekvenciji Hrvatske radiotelevizije. Izravni prijenos i sažetci utrka prenosili su se na Eurosport 1 i Eurosport 2 kanalu.
Odobrena potpora u iznosu 75.000,00 kn.

- ❖ **Malik Fest 2022.** – Festival mitova i legendi Istre i Kvarnera održan je 10. i 11.09.2022. godine na lokaciji Nugentov park. Unatoč kišnom vremenu festival je posjetilo više od 1500 posjetitelja koji su imali priliku razgledati, okusiti i sudjelovati u edukativno zabavnom sadržaju. Festival, osim edukativno zabavnog sadržaja, podsjeća na važnost i raznolikost riječke kulture i povijesti, kao i na njeno materijalno i nematerijalno bogatstvo. Odobrena potpora u iznosu 10.000,00 kn
- ❖ **Izložba "Pul Kaštela"** – jubilarna trideseta izložba održana je 03.07.2022. godine na lokaciji Ulice Petra Zrinskog i Trsatskog kaštela. Akademski umjetnici, izlagači starih zanata, likovni umjetnici amateri, uz muzičku pratnju Gradske glazbe Trsat i nastup Prvih riječkih mažoretkinja, prostor prilaza Trsatskom kaštelu pretvorili su u povijesnu umjetničku kulisu. Realizacija projekta doprinosi brandiranju Trsata kao turističkog, povijesnog i kulturnog središta. Odobrena potpora u iznosu 10.000,00 kn.
- ❖ **44. Ri Rock Festival** – kulturni Riječki festival održan je 08. i 09.12.2022. godine u prostorima OKC Palach. Festival tijekom godine aktivno prati riječke glazbene sastave, te ih nagrađuje tijekom održavanja festivala. Novi bendovi na festivalu imaju priliku nastupati i na taj način predstaviti se publici. Ri Rock Festival jedan je od predstavnika Rijeke kao grada rocka. Glazbeni segment svakako je jedan od kvalitetnih turističkih atributa. Odobrena je potpora u iznosu 15.000,00 kn.
- ❖ **Noći riječkih trgova** –manifestacija Noći riječkih trgova nije održana.
- ❖ Temeljem Odluke Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Rijeke iz sredstva Rezerve odobrena je potpora u iznosu 10.000,00 kn za manifestaciju **Regata 1000 otoka**. Regata se jedri u dvije etape između Rijeke i Porto Montenegro u Crnoj Gori na kursu između više od tisuću jadranskih otoka. Okupljanje čine međunarodne jedrilice s posadama iz cijelog svijeta. Manifestacija predstavlja imidž Rijeke kao destinacije nautičkog turizma.

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj razvoja proizvoda)

Realizacija: 467.498,65 kn

2.4. Turistička infrastruktura

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

2.4.1. Trsatski kaštel



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

koristi se za organizaciju raznih događanja tijekom cijele godine.

Turistička zajednica grada Rijeke upravlja ovim srednjovjekovnim frankopanskim kaštelom te brine kroz redovno tekuće održavanje objekta i pružanje turističko-informativnih usluga. U proteklom periodu Trsatski kaštel bio je otvoren za posjetitelje sukladno epidemiološkim preporukama Stožera civilne zaštite RH i Primorsko-goranske županije.

Trsatski kaštel nositelj je projekta digitalne turističke kartice – digitalnu zimsku propusnicu Winter Pass koja gostima omogućuje da atrakcije i sadržaje uključene u promociju posjećuju potpuno besplatno. Na zahtjev objekta u kojem su smješteni, Winter Pass dostavlja se gostima putem elektroničke pošte.

Propusnica se sastoji od vouchera s QR kodom koji zamjenjuje ulaznice za uključene gradske znamenitosti. Pri ulasku u odabranu atrakciju posjetitelji pokazuju QR kod te na taj način ostvaruju besplatan ulaz. Proveden je media plan promocije kulturne baštine.

Na troškove upravljanja Trsatskim kaštelom u proteklom periodu utrošeno je 421.160,57 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluge čuvanja imovine i osoba – 4.620,00 kn
- Ugovori o djelu, studenski ugovori – 68.308,11 kn
- Usluge čišćenja – 39.732,00 kn
- Usluge tekućeg održavanja - 223.123,88 kn
- Opskrba pitkom vodom – 29.365,45 kn
- Ostali troškovi - (telefon, prijevoz, usluge ozvučenja i rasvjete, zakup prostora, licence i ostalo) – 14.374.69 kn
- Troškovi amortizacije – 39.751,72 kn
- Financijski rashodi – 1.884,72 kn.

2.4.2. Primorska kuća

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

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

Turistička zajednica grada Rijeke promovira autohtone proizvode individualnih proizvođača, zadruga i OPG-ova u sklopu Primorske kašetice.

Na troškove upravljanja Primorskom kućom u proteklom periodu utrošeno je 108.095,55 kn prema slijedećoj strukturi:

- Troškovi amortizacije – 108.095,55 kn.

2.4.3. Riječki tunel



Riječki tunel proteže se ispod riječkog Starog grada, od Katedrale sv. Vida do dvorišta Osnovne škole Dolac. Prokopala ga je talijanska vojska u dužini od 330 metara početkom Drugog svjetskog rata u svrhu zaštite stanovništva od bombardiranja. Po prvi put otvoren je za posjetitelje u svibnju 2017. godine te su posjeti mogući svakog dana od 10,00 do 18,00 sati.

Turistička zajednica grada Rijeke upravlja ovim nekadašnjim vojnim objektom, koordinira rad informatora i održavanje raznih kulturno-zabavnih sadržaja te brine kroz redovno tekuće održavanje objekta i pružanje turističko-informativnih usluga.

Zbog pandemije Covid-19 virusa i u skladu s mjerama zaštite propisane od Stožera civilne zaštite RH Riječki tunel je do 04. svibnja 2022. godine bio zatvoren za posjetitelje. S obzirom na povoljnu epidemiološku situaciju ponovno je otvoren za posjetitelje 04. svibnja 2022. godine, sukladno epidemiološkim mjerama s radnim vremenom od 10 do 18 sati svakog dana. Tijekom svibnja tunel je posjetilo 3.829 posjetitelja, u lipnju 3.715, u srpnju 8.568, tijekom kolovoza rekordnih 12.109 posjetitelja, te do sredine rujna 2.854 posjetitelja. Ukupno je 31.075 gostiju posjetilo tunel, s dnevnim prosjekom od 225 posjetitelja.

Na troškove upravljanja Riječkim tunelom u proteklom periodu utrošeno je 41.229,81 kn prema slijedećoj strukturi:

- Naknade troškova – 20.462,40 kn
- Rashodi za materijal i energiju te financijski rashodi – 20.767,41 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Navedena turistička infrastruktura znatno doprinosi atraktivnosti turističke destinacije, obogaćivanju turističke ponude grada te očuvanju i valorizaciji kulturno-povijesnih spomenika, što u konačnici rezultira povećanjem turističkog prometa.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj razvoja proizvoda, stručni suradnik knjigovodstva)

Realizacija: 570.485,93 kn

2.5. Podrška turističkoj industriji

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička industrija odnosno dionici turističke ponude u destinaciji u proteklim godinama bili su izuzetno pogođeni situacijom te se u izvještajnom periodu posvetila posebna pažnja podršci u njihovom dijelu promidžbenih aktivnosti koje provode samostalno ili s agencijama.

Usljed ograničenja koja su bila na snazi u svim državama sa zabranama odnosno izuzetnim ograničenjima putovanja, a koja su utjecala na cijelu turističku industriju, u suradnji s Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije pozvali smo sve turističke dionike da svatko u svojoj domeni poslovnih partnera i ciljanih emitivnih tržišta kandidira planove oglašavanja za zajedničko sufinanciranje. Tako su planove dostavili Plava Laguna d.d., Jadran hoteli d.d. Rijeka, Arhipelag d.o.o. i Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa. Svi kandidirani media planovi su prihvaćeni u kandidiranim iznosima te su Turistička zajednica Primorsko-goranske županije i Turistička zajednica grada Rijeke u ravnopravnim iznosima sufinancirale realizirane planove oglašavanja. To znači da su potpisani tripartitni ugovori kojima je određeno sufinanciranje promotivnih aktivnosti i to po ključu 50% plaća član, 25% plaća Turistička zajednica Primorsko-goranske županije i 25% Turistička zajednica grada Rijeke.

U sklopu redovnih aktivnosti pružena je dodatna podrška turističkoj industriji promocijom destinacije na temu enogastronomije koja je zajednički realizirana s Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije na nacionalnoj televiziji HTV2 u sklopu emisije *Vino & Fino*.

Također pružena je podrška turističkoj industriji s ciljem promocije Rijeke kao destinacije nautičkog turizma koji se intenzivno razvija i koji će svoj puni potencijal postignuti skorim otvaranjem najmodernije nautičke luke na Jadranu. S tim ciljem realizirano je predstavljanje u emisiji *Wind master* na kanalu *Nautical channel* gdje su partneri sustav turističkih zajednica zajedno s Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije.

Hrvatska turistička zajednica i Balduči film u suradnji s Turističkom zajednicom grada Rijeke, u Hotelu Bonavia Plava laguna, održali su u srpnju besplatnu edukaciju na temu *Filmski turizam i izrada turističkih filmova*. Tijekom edukacije predstavile su se aktualnosti i informacije iz područja filmskog turizma, izrade turističkih filmova, distribucije i promidžbe kao i druge informacije vezane uz tu temu.

Edukaciju je vodila Spomenka Saraga, producentica i scenaristica Balduči film d.o.o., koja je svojim dugogodišnjim iskustvom stekla znanja i kvalifikacije iz područja filmske industrije, koje su vrlo bitne prilikom stvaranja kvalitetnog turističkog proizvoda u području filmskog turizma. Tako je i promotivni film „Rijeka-I miss you“, realiziran od strane Balduči filma, osvojio više od deset nacionalnih i međunarodnih nagrada i priznanja u vrlo velikoj konkurenciji sjajnih turističkih filmova.

Edukacija je dala bolji uvid, svim prisutnima, u smjernice kojima bi se destinacije trebale voditi, kako bi stvorili kvalitetan sadržaj kako za domaće tako i za strane goste, a ujedno i primamljiv sadržaj kao destinacija za potencijalni filmski studio.



Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 108.893,86 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluge oglašavanja, promidžbe i TV, spotovi – 81.889,30 kn

- Usluge tiska i grafičke pripreme – 16.832,81 kn
- Usluge vođenja – 10.000,00 kn
- Ostali troškovi – 171,75 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Projektom u cijelosti realiziramo planirano da se ostvare najbolji rezultati podrškom turističkoj industriji. Provedenim aktivnostima direktno sudjelujemo kao partneri dionicima destinacije u realizaciji njihovih projekata koji direktno utječu ne samo na destinaciju u dijelu aktivnosti već i u dijelu podizanja kvalitete ponude kao i sinergije i razvoj s drugim zainteresiranim dionicima.

Realizacijom odrađenih aktivnosti te pokretanjem promidžbenih i komunikacijskih aktivnosti ostvarili su se planirani ciljevi što su vidljivi i kao dio u ostvarenom turističkom prometu destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga, voditelj istraživanja i analize tržišta)

Realizacija: 108.893,86 kn

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Uslijed ograničenja uzrokovanih pandemijom koja su popuštanjem mjera ipak u još velikom dijelu utjecali na aktivnosti koje se provode u sklopu ovih aktivnosti, aktivnosti sajmova i prezentacija nastavile su se održavati, ali u manjem dijelu sukladno mogućnostima koje postoje na turističkim emitivnim tržištima.

Tako smo u suradnji s Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije i turističkim zajednicama otoka Krka, Crikvenice, Opatije i Malog Lošinja zajednički nastupali na sajmu Globalnie u Katowicama koji se održavao od 18. do 20. ožujka 2022. godine. Za nastup na sajmu pripremljena je brošura destinacije na poljskom jeziku.

Ove godine prvenstveno zbog situacije izazvane ratom u Ukrajini, ali i zbog nesigurnosti vezane uz pandemiju Covid-19 virusa, broj izlagača je bio manji i sve se održavalo u jednoj dvorani. Ostali izlagači su kao i mi smanjivali svoje izlagačke površine, ali i odustajali. Mi smo bili jedini izlagači iz Hrvatske i naš štand je bio dobro posjećen (iako je posjećenost bila manja nego ranijih godina) te se nalazio preko puta zemlje partnera sajma.

Zaključujemo da je u ovim izazovnim vremenima potrebno zajedničko promoviranje na turističkim emitivnim tržištima te je i ova provedena aktivnost usprkos izazovnom vremenu postigla dosta dobre rezultate koji će utjecati na turistički promet destinacija u pozitivnom trendu.

Također su ugovorene zajedničke prezentacije odnosno promotivne kampanje sustava turističkih zajednica pod koordinacijom Turističke zajednice Primorsko-goranske županije na temu Kvarnera kao avio destinacije. Aktivnosti ove zajedničke promotivne kampanje financiraju se sredstvima turističkih zajednica pa tako i Turističke zajednice grada Rijeke i od jedinica lokalne uprave i samouprave kao i gospodarstva svake jedinice.

Za područje grada Rijeke financijski trošak i obvezu turističkog gospodarstva na sebe je preuzela Turistička zajednica grada Rijeke u potpunom iznosu.

Dodatno su pod koordinacijom Turističke zajednice Primorsko-goranske županije dogovorene promotivne aktivnosti na ciljanim emitivnim turističkim tržištima s ciljanim turističkim proizvodima. Promotivna aktivnost provodi se od strane angažirane PR agencije za cijelo područje te Turistička zajednica grada Rijeke sudjeluje kao partner u promotivnim aktivnostima destinacije.

Glavni ciljevi kampanje su promoviranje destinacije te inspiriranje gosta na dolazak, promoviranje odabranih turističkih proizvoda koji zadovoljavaju interese ciljnih skupina kojoj se kampanja obraća te povećanje učinka promocijskih aktivnosti kroz korištenje ujednačene komunikacijske poruke i ključnih vizuala.

Kampanja se provela na tržištima Njemačke, Slovenije, Austrije, Italije, Poljske, Mađarske, Slovačke i Češke, i to u dva vala:

-Awareness push – kampanja ima za cilj inspirirati korisnike na dolazak. Okosnica medijske prisutnosti su storytelling formati (članci i landing stranice), a medijska prisutnost sadrži i veće/branding display formate, video, interaktivne formate.

-Booking Boost – kampanja s ciljem podsjećanja korisnika na određenu subregiju. Naglasak je na relevantnom okruženju i pristup korisniku kroz display formate.

Predstavnici Ured sudjelovali su na turističkom sajmu u Düsseldorfu gdje je prezentirana ponuda Rijeke i Kvarnera u sklopu štanda Turističke zajednice Primorsko-goranske županije i Hrvatske turističke zajednice.

Zajedničkim snagama Grad Rijeka, Lučka uprava Rijeka i Turistička zajednica grada Rijeke promoviraju Rijeku kao cruising destinaciju. Ta je industrija doživjela ogroman udarac u pandemijskim godinama i 2022. godina je godina oporavka tog segmenta turističkih putovanja. Rijeka se aktivno uključila u promociju na cruising tržištu kroz nastavak suradnje s kompanijom koja promovira grad kao cruising destinaciju, a i kroz prisutnost na najvećim sajamskim događanjima na kojima su predstavnici Lučke uprave imali sastanke s relevantnim predstavnicima cruising kompanija. Tako su predstavnici Lučke uprave osim sajma u Miamiu na proljeće 2022. godine bili prisutni i na sajmu u Malagi u rujnu 2022. godine gdje su uspješno predstavljali Rijeku. U planu daljnjih aktivnosti predviđa se raspisivanje natječaja za odabir kompanije za promociju Rijeke kao cruising destinacije za 2023. godinu. Također se razmatraju ideje o organizaciji tzv. Inspeksijskog putovanja tijekom 2023. godine kroz koje bi se ključnim ljudima cruising kompanija i utjecajnim novinarima koji pokrivaju teme cruising industrije predstavile mogućnosti Rijeke i okolice za prihvata njihovih gostiju, posebno s naglaskom na manje cruisere s ekskluzivnom klijentelom.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 444.282,07 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluge prijevoza – 2.500,00 kn
- Usluge tiska i grafičke pripreme – 10.950,00 kn
- Izložbeni prostor na sajmu – 3.578,01 kn
- Usluge promidžbe i informiranja – 98.750,00 kn
- Usluge oglašavanja – 119.172,83 kn
- Omladinski i studentski servis – 1.146,01 kn
- Usluge prijevoda – 3.013,16 kn
- Usluge agencije – 140.073,16 kn
- Troškovi sudjelovanja na sajmovima i konferencijama – 30.174,77 kn
- Ostali nespomenuti materijalni rashodi – 16.024,13 kn.
- Ostale usluge – 18.900,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Aktivnostima koje su se provele ostvarena je bolja vidljivost informacija o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima kao i promidžba gospodarskih subjekata destinacije. Promotivne aktivnosti realizirane su sukladno planiranom i postignuti su izvanredni rezultati po pitanju vidljivosti destinacije i turističke ponude.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga, voditelj istraživanja i analize tržišta)

Realizacija: 444.282,07 kn

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U cilju promocije Rijeke u pisanim, radijskim, televizijskim medijima te na društvenim mrežama, u suradnji s HTZ-om i Turističkom zajednicom Kvarnera, Rijeka je tijekom prve polovice 2022. godine bila domaćin mnogobrojnim novinarima, TV ekipama, influencerima i osobama koje su kroz svoj rad, pisane tekstove, objave i razne emisije i TV priloge promovirali grad kao poželjnu turističku destinaciju.

U ožujku je Rijeku posjetio putopisni novinar Georges Desrues. Tijekom boravka u Rijeci u periodu 09. - 12.03. detaljno je obišao Rijeku i njene zanimljivosti, a predstavnik Turističke zajednice grada Rijeke 10.03. sastao se s njim te mu detaljno odgovorio na sve upite vezane za teme o kojim će novinar pisati u nekima od časopisa i medijima u kojima inače objavljuje kao što su Der Standard, Die Welt, Welt am Sonntag, Port Culinarie, a la Carte, Gourmet Traveler...

30.03.2022. godine u sklopu obilježavanja 30 godina diplomatskih odnosa Hrvatske i Indije Turistička zajednica grada Rijeke ugostila je delegaciju iz Indije te su im kroz razgledavanje grada i posjet Muzeju grada Rijeke pokazane sve znameniti i upoznalo ih s poviješću našeg grada. Pri posjetu Muzeju koristili smo se aplikacijom Winter Pass te smo na taj način kroz posjetu ovoj instituciji dodatno pomogli njenom radu.

U periodu 05. - 07.04.2022. godine Rijeku je posjetio novinar Rudolf Abraham koji piše za Bradt Guides s naglaskom na outdoor aktivnosti. Što se tiče njegovih interesa za ostavštinu EPK 2020. godine, održan je sastanak u prostorijama Turističke zajednice grada Rijeke gdje su mu dani odgovori na sva pitanja vezana za sve završene i projekte koji su još u tijeku.

U periodu 11.- 13.04.2022. godine na području Kvarnera boravila je TV ekipa Vas Kanal iz Novog Mesta. Jedna od destinacija koju su imali u planu snimiti i uključiti je u dvije 10-minutne emisije o Kvarneru bila je i Rijeka. Emisije će biti posvećene eno/gastro ponudi, outdoor ponudi, kulturi i zdravstvenom turizmu. Dana 12.04. ugostili smo ih u Rijeci te smo im osim posjete i snimanja u Muzeju grada Rijeke pomogli oko snimanja lokacija u gradu, dali smo izjave i razriješili sve eventualne nejasnoće i nedoumice koje su imali.

Dana 13.04.2022. godine organizirali smo razgledavanje grada i upoznavanje sa znamenitostima. Vođenje je bilo organizirano na zahtjev Riječkog sportskog saveza za predstavnike međunarodnih sportskih udruga koje su bile u posjetu Rijeci.

Dana 29.04.2022. godine Rijeku su posjetili Julia Porteer i Oliver Porter, blogeri koji objavljuju tekstove na području koje pokriva Austriju, Njemačku i Švicarsku, a pokrivaju područja putovanja, hrane, dizajna... Za njih je organizirano razgledavanje grada gdje su se kroz isto upoznali s ponudom Rijeke iz domena o kojima najviše pišu. Cilj njihovog putovanja bilo je upoznavanje Opatije i Rijeke te njihovog zaleđa kako bi naš kraj što bolje predstavili svojim pratiteljima na društvenim mrežama.

Turistička zajednica grada Rijeke uključila se u veliku akciju ugošćavanja televizijske kuće ORF koja je u periodu 24.04. - 01.05. snimala dokumentarni film "Putevima Habsburgovaca - južni dio" te 29.04. ugostila TV ekipu, pomogla im pri odabiru lokacija za snimanje te ih ugostila uz prigodne poklone. Krajnji rezultat trebao bi biti dokumentarac u trajanju od 45 minuta o navedenoj temi te će se Rijeka na taj način uspješno promovirati na austrijskom tržištu.

U sklopu studijske ture turoperatora "Katarina line" dana 01.05.2022. godine ugodili smo predstavnike američkih turističkih agencija te im predstavili znamenitosti Rijeke s ciljem da ih upoznamo s našim gradom kako bi možda uvrstili i Rijeku u svoju ponudu za slijedeće sezone.

08.05.2022. godine Rijeku je posjetio g. Simon Strauss, novinar i osnivač njemačke udruge prevoditelja koji je došao u Rijeku napisati tekst o gradu i o tome što je 2020. godina kao godina tijekom koje je Rijeka bila EPK, ostavila Rijeci u naslijeđe. Novinar inače piše za Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Dana 11.05.2022. godine Rijeku je posjetio Andreas Jaros, slobodni novinar koji piše članke vezane za turizam i putovanja, između ostalog u Kurieru i Connoisseur Circle magazinu. Za potrebe objave članka o Opatiji i Rijeci angažirali smo vodiča i automobil koji je gospodina odveo u razgled grada i posjet Trsatskom kaštelu te mu na taj način dao cjelovit uvid u sve teme koje su ga zanimala, a koje će biti objavljene u njegovom tekstu.

Dana 21.05.2022. godine u suradnji s Turističkom zajednicom Kvarnera prihvatili smo grupu od 8 novinara koji su imali organizirani posjet destinacijama diljem Kvarnera te smo im tijekom posjeta pokazali sve znamenitosti grada i odgovorili na sva pitanja koja su imali o Rijeci.

U sklopu događaja Wine Ri dana 28.05. organizirali smo razgledavanje grada i upoznavanje sa znamenitostima za influencere i novinare iz Srbije. S obzirom da je većina influencera bila vezana za eno/gastro scenu organizirali smo im i ručak u tipičnoj konobi u gradu.

Njemačkog novinara Thorsten Brownera koji piše na temu ciklo turizma u RADtounen Magazinu prihvatili smo 03.-04.06.2022. Njegov tekst bit će vezan za mogućnosti outdoor i ciklo turizma na području Kvarnera pa tako i Rijeke.

U suradnji s Turističkom zajednicom Kvarnera u periodu 04. - 06.06. ugodili smo češke novinare koji su stigli prvim ovogodišnjim vlakom tvrtke RegioJet. Uz 10 novinara u grupi je bila i predstavnica HTZ u Pragu te smo za njih 05.06.2022. godine organizirali druženje u centru grada te upoznavanje s Rijkom. Pozitivni tekstovi i reportaže o našem gradu zasigurno će pozitivno djelovati na češkom tržištu prema svima koji odluče Rijeku uključiti u svoje planove za odmor.

Dana 07.06.2022. godine ugodili smo belgijske novinare Myriam Thys i Werner Gladines koji pišu na temu kulture, prirode i gastro ponude pojedinih destinacija te objavljuju na Dichtbij & Ver weg travel web stranici. Na svojim društvenim mrežama imaju više od 10.000 pratitelja.

08.06.2022. godine Rijeku je posjetio irski ambasador u sklopu realizacije ideje obilježavanja veza između Irske i Hrvatske kroz ličnost Lavala Nugenta. S time u svezi, osim što je imao sastanak s predstavnicima Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja, Turistička zajednica grada Rijeke potrudila mu se predstaviti ostavštinu Trsatskog kaštela i svih činjenica vezanih uz naš grad i Lavala Nugenta.

Dana 13.06.2022. godine, na zamolbu Hilton Costabella resorta, Turistička zajednica grada Rijeke organizirala je razgledavanje grada za food i lifestyle blogericu Antje Katrin Schaniel.

Dana 19.-20.06.2022. godine na prijedlog Turističke zajednice Kvarnera Turistička zajednica grada Rijeke ugodila je novinara Guillaumea Garniera koji je na Kvarneru pripremao tekstove za turistički vodič Le Routard, Croatie koji planira iz tiska izaći u ožujku 2023. godine. Fokus njegovih tekstova bit će hosteli, restorani i barovi, muzeji i ostale aktivnosti na odmoru. Planira se vodič tiskati u 30.000 primjeraka.

U terminu 27.-29.06.2022. godine Rijeku su posjetili predstavnici Srednjobosanskog kantona te su 28.06.2022. godine organizirali predstavljanje destinacija tog kantona na Korzu gdje smo im omogućili korištenje štandova i korištenje video walla u TIC-u na Korzu. Tijekom dana organizirano im je i B2B predstavljanje domaćim agencijama.

Dugogodišnja suradnja s Medicinskim fakultetom u Rijeci nastavljena je i ovog ljeta kroz suradnju tijekom Ljetne škole ronjenja te je dana 06.07.2022. organizirano razgledavanje grada za polaznike škole.

U periodu 24. - 29.07.2022. godine u Rijeci je boravila višočlana snimateljska ekipa televizije ARD koja je snimala dokumentarni film "Rijeka, tu želim ići". Učinili smo sve da im se osiguraju

tražene dozvole za snimanja, besplatan parking, angažman broda za panoramsko snimanje s mora te smo im dostavili promotivne video klipove.

U periodu 15. - 16.08.2022. godine u Rijeci je boravila snimateljska ekipa nacionalne češke televizije koja je u sklopu snimanja na Kvarneru snimala i kadrove Rijeke. Organizirano im je stručno razgledavanje te im je lokalni vodič bio na raspolaganju tijekom cjelodnevnog snimanja za vrijeme Velike Gospe.

Dana 10.09.2022. godine stigao nam je zahtjev od strane Grada Rijeke da organiziramo razgledavanje grada za pripadnike Ratne škole koji su došli u posjet našem gradu.

Dana 18. - 20.09.2022. od strane Hilton Costabella Resort organiziran je FAM trip za predstavnike Helms Briscoe u koji se aktivno uključila i Turistička zajednica grada Rijeke. Zajedno s TZ Kvarnera snosili smo troškove transfera iz Italije u Rijeku i iz Rijeke u Italiju te smo dana 19.09.2022. godine organizirali razgledavanje grada s naglaskom na gastronomiju. Chef Hiltona sastao se s grupom na ribarnici te je kupio ribu koju je kasnije s grupom spremao u hotelskoj kuhinji.

Dana 7.10.2022. godine Turistička zajednica grada Rijeke uključila se u 14. Susret gradova prijatelja djece te je na zamolbu Grada Rijeke organizirala razgledavanje Trsata s 2 stručna lokalna vodiča.

Dana 27.10.2022. godine u sklopu gastro ture Rijeku je posjetila austrijska novinarka Elisabeth Ruckser koja piše za magazine Maxima, servus Slow, a la carte i Lust & Leben. Organizirano je za nju razgledavanje grada i posebna prezentacija u sklopu slastičarnica Rica koja upotrebljava bio proizvode.

Dana 23. - 26.12.2022. godine Turistička zajednica grada Rijeke ugostila je kinesku novinarku Sindy Chan koja piše za englesko izdanje China Daily (tiskano izdanje u 300.000 primjeraka i 100 milijuna pratitelja na društvenim mrežama) te za Global times (tiskano izdanje 2.6 milijuna primjeraka i 100 milijuna pratitelja na društvenim mrežama).

Promotivni materijal koji je nabavljen tijekom 2021. godine distribuirao se prije svega novinarima koji posjećuju naš grad u sklopu promotivnih aktivnosti. Isto tako dio promotivnog materijala služi za prezentacije te kao pokloni iznenađenja za sve one koji ispunjavaju naše ankete koje se provode na terenu za vrijeme određenih većih događanja u gradu.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 81.503,40 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluge turističkih vođenja - 13.705,00 kn
- Usluge prijevoza – 1.500,00 kn
- Usluge smještaja - 19.160,40 kn
- Ostale usluge - 17.815,00 kn
- Troškovi ulaznica – 5.000,00 kn
- Usluge reprezentacije - 24.323,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni posjeti novinara iz raznih emitivnih zemalja zasigurno će pripomoći u promidžbi Rijeke na tim tržištima u ovim turbulentnim vremenima. Vrijednost promidžbe ostvarene na ovakav način izuzetna je s obzirom na cijene zakupa prostora u tiskanim medijima i utjecaja ugošćenih novinara na digitalnim medijima. Sve je više blogera koji također posjećuju naš grad, a njihov utjecaj na društvenim mrežama je znatan te suradnju s njima smatramo opravdanom u digitalnom dobu u kojem živimo. Osobni pristup i susretljivost od strane predstavnika Turističke zajednice grada Rijeke sigurno je važan element za stjecanje pozitivnih dojmova s destinacije i dio motivacije za pozitivne objave s njihove strane.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta), Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Kvarnera

Realizacija: 81.503,40 kn

3.3. Kreiranje promotivnog materijala

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Usljed popuštanja epidemioloških mjera, smanjivanja broja slučajeva osoba zaraženih Covid-19 virusom i značajnog priliva gostiju te shodno potrebi za ažuriranjem Blok plana grada isti je ažuriran i otisnut u 40.000 komada.

Na planu grada objavljena su dva komercijalna oglasa te jedan vlastiti nekomercijalni oglas na temu projekta gastro luka.

S obzirom da je proteklih godina izuzetno porastao broj čeških turista koji posjećuju Rijeku, a tvrtka RegioJet je i ove sezone odlučila pokrenuti sezonsku liniju Prag – Bratislava – Rijeka donesena je odluka o štampanju 10.000 promotivnih brošura o Rijeci na češkom jeziku kako bismo i turistima iz Češke na taj način približili osnovne informacije o našem gradu. Brošure su dostupne u našim informativnim centrima, a pokušat će se dostaviti i tvrtci RegioJet za distribuciju u njihovim vlakovima te na željezničkom kolodvoru Rijeka.

Veliku popularnost među turistima osim brošure In your pocket mini guide ima i brošura In your pocket za čiji smo se izlazak odlučili s obzirom na izuzetno pozitivne reakcije u prošlosti. Izdanje je vrlo moderno, informativno i pruža veliki broj servisnih, ali i drugih informacija svima koji se nađu u našem gradu.

Kako već određeno vrijeme nismo izdavali jednu višejezičnu brošuru kojom bismo pokrili sažeto predstavljanje riječke povijesti, najznačajnije znamenitosti i atrakcije grada te dodatne informacije o plažama, gastronomiji i smještaju odlučili smo se za štampanje šesto jezične brošure (3 jezika po brošuri). Tim činom pokrili smo najveći dio potreba za informiranjem turista putem tiskanih materijala koji su im dostupni na info pozicijama u gradu, ali i na riječkom aerodromu, Info punktu na Vratima Jadrana i na mnogim drugim pozicijama u okolini Rijeke.

Sve navedene brošure osim što su distribuirane od strane Turističke zajednice grada Rijeke i izdavača izdanja In your pocket na raspolaganju su svim hotelijerima i privatnim iznajmljivačima koji ih mogu preuzeti u TIC-u na Korzu.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke utrošeno je 95.725,23 kn prema slijedećoj strukturi:

- Grafičko oblikovanje, priprema i prijevodi – 5.664,73 kn
- Usluge tiska – 56.060,50 kn
- Tisak Rijeka in your pocket – 34.000,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Bolja vidljivost informacija o destinaciji i promocija projekata Turističke zajednice grada Rijeke.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

Realizacija: 95.725,23 kn

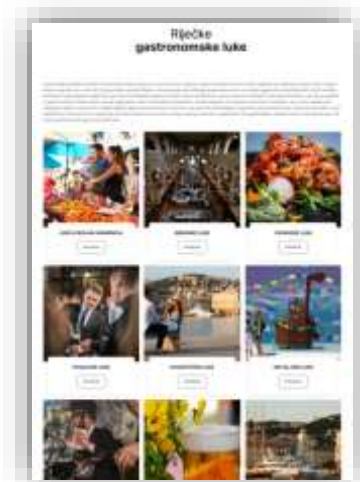
3.4. Internetske stranice

U vrijeme brzih izmjena i potrebe za dostupnim informacijama u pravom vremenu i u ispravnom i potrebnom obliku, mrežne stranice turističkih zajednica postaju glavne i najsigurnije banke podataka na temu turističkih i srodnih informacija. U vrijeme kriznih situacija kao što je ova pandemijska situacija koja je nažalost još uvijek u tijeku, mrežne stranice su odradile izuzetnu promidžbu prema svim gostima i posjetiteljima jer možemo istaknuti da je naša mrežna stranica s dnevnim informacijama o događanjima i servisnim informacijama najtočnija stranica destinacije na tu temu.

Upravljam s dvije tematske mrežne stranice, visitRijeka.hr i Rijecki-karneval.hr te stranicom Turističke zajednice tz-Rijeka.hr gdje se objavljuju servisne informacije iz područja naših aktivnosti koje provodimo u organizaciji i planiranju kao i informacija koje su sukladno pozitivnim zakonskim propisima potrebno da budu okupljene i dostupne na jednom mjestu.

Za potrebe kvalitetnog upravljanja u izvještajnom periodu proizvedene su potrebne domene i licence, te su pripremljeni i prevedeni planirani materijali. U izvještajnom razdoblju posebna aktivnost posvećena je izradi podstranice Riječkog karnevala te izrađenoj stranici projekta Winter Pass koja se koristila u promotivnim aktivnostima.

Svi potrebni tehnički preduvjeti imanja i ažuriranja stranice (domena, hosting, tehničko održavanje) redovito se provjeravaju i plaćaju dok su za potrebe ažuriranja informacija i kalendara događanja napravljeni redoviti mjesečni prijevodi i lekture na strane jezike.



Nastavljen je razvoj projekta „Riječkih gastronomskih luka“ kojeg je pokrenula Turistička zajednica grada Rijeke u suradnji s partnerom, a čiji je cilj povezivanje ugostiteljskih objekata prehrane u zajedničku priču s marketinškim potencijalom, izgradnja gastronomskog brenda koji se nadovezuje na brend grada Rijeke kao lučkog grada te podrška u profiliranju ugostiteljskih objekata i dizanje ukupne kvalitete i prepoznatljivosti riječke ugostiteljske ponude. U okviru originalnog marketinškog koncepta, ispunjavajući određene zadane kriterije, ugostiteljski objekti profiliraju se u skladu sa svojim posebnostima te tako ističu svoju kvalitetu na različitim područjima gastronomije i ugostiteljstva.

Uključenim ugostiteljskim objektima i njihovim vlasnicima koji su uspješno ispunili zadane kriterije dodijeljena su prigodna priznanja koja predstavljaju svojevrsnu oznaku kvalitete i izdvajaju ih prema posebnostima jela i usluga koje pružaju svojim gostima.

Kako bi gosti s lakoćom mogli pronaći informacije o riječkim objektima koji će ispuniti njihova očekivanja, kako po pitanju hrane i pića, tako i s obzirom na društvo u kojem dolaze i dodatne sadržaje koje objekti pružaju, na internet stranici visitrijeka.hr izrađena je tematska podstranica na kojoj korisnici mogu pronaći detaljne informacije o projektu.

Svakoj gastronomskoj luci tako je posvećena posebna stranica na kojoj su opisani kriteriji i pogodnosti koje pružaju uz listu ugostiteljskih objekata koji su zaslužili titulu pojedine luke. Na taj način svim zainteresiranim nastoji se skratiti put pronalaska ugostiteljskog objekta i ponude baš po njihovoj mjeri.

Stranica Riječkih gastronomskih luka koristit će kao Landing Page za sve online marketinške aktivnosti projekta kao i pojedinačnu promociju gastronomskih luka i uključenih ugostiteljskih objekata.

Na taj način stvara se prepoznatljiv brand riječke gastronomije kojim se podiže i kvaliteta same ugostiteljske ponude i povezanih usluga.

U svrhu dodatne promocije projekta i ugostiteljske ponude putem online kanala prilikom dodjela priznanja odrađeno je prigodno fotografiranje.

Produžen je hosting i za Landing stranicu na koju su povezani QR kodovi postavljeni kod najvažnijih gradskih atrakcija putem kojih gosti grada mogu jednostavno doći do informacija i zanimljivosti vezanih za povijesne i kulturne znamenitosti.

Dana 27. srpnja 2022. pojavio se problem s internet stranicom visitrijeka.hr, a tvrtka koja je izradila web rješenje nije uspjela otkloniti greške zbog kojih istu više nije bilo moguće učitati.

Radi dodatnog pokušaja popravka sustava koji sadrži opširnu bazu podataka o turističkoj ponudi grada, hitno je angažirana druga tvrtka koja je nakon vlastite analize sustava također konstatirala da greške u ODIS – u nije moguće otkloniti te je brзом intervencijom izradila novu internet stranicu u čije su administrativno sučelje importirane objave i stranice prebačene i pohranjene na novom serveru.

Uspješno je importiran sadržaj na hrvatskom jeziku, dok za sadržaj na stranim jezicima isto nije bilo moguće stoga je ručno unesen prijevod postavljenih kategorija na engleski jezik.

Za potrebe prikaza novih sadržaja korištene su usluge prevoditeljske agencije.

Kako bi se svim zainteresiranim korisnicima omogućio pristup potrebnim informacijama na jednom mjestu, kako turistima tako i članovima turističke zajednice, svi podaci prethodno sadržani na drugim web stranicama kojima je upravljala Turistička zajednica grada Rijeke centralizirani su i integrirani na glavnu destinacijsku web stranicu visitrijeka.hr.

Sadržaj stranice rijecki-karneval.hr prebačen je tako u kategoriju događanja kao najveća godišnja manifestacija te je na odabranu lokaciju preusmjerena i postojeća domena.

Isto tako, sadržaj stranice tz-rijeka.hr prvenstveno namijenjene objavi korisnih informacija, natječaja i obavijesti za članove Turističke zajednice, ugostitelje, iznajmljivače i širu javnost, prebačen je na novu stranicu te je dostupan putem linkova koji se nalaze u footeru stranice. Domena tz-rijeka.hr trajno je ugašena.

Podstranica Riječkog karnevala ažurirana je potrebnim podacima i kategorijama sadržaja za prikaz kako bi se omogućilo kvalitetno praćenje nadolazećeg izdanja manifestacije.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 160.278,68 kn prema slijedećoj strukturi:

- Usluge grafičke pripreme – 6.600,00 kn
- Komunikacijske usluge – 1.873,75 kn
- Zakup prostora – 781,25 kn
- Intelektualne usluge razne – 43.750,00 kn
- Usluge prijevoda – 3.293,22 kn
- Usluge ažuriranja računalnih baza – 34.854,54 kn
- Ostale računalne usluge – 62.692,42 kn
- Film i izrada fotografija – 2.342,50 kn
- Ostali rashodi – 4.091,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Stvaranjem kvalitetnog sadržaja i svakodnevnim ažuriranjem internetskih stranica potencijalnim gostima kao i turistima koji se nalaze u destinaciji pružamo najpotpunije informacije o cjelokupnoj turističkoj ponudi destinacije. Sadržaji dostupni na internetskog stranici visitrijeka.hr pomažu gostima u planiranju putovanja, odabiru aktivnosti, događanja, znamenitosti i atrakcija koje će posjetiti za vrijeme svog boravka te im pružaju sve potrebne informacije i zanimljivosti o destinaciji. Integriranjem podataka koji su prethodno sadržani na drugim web stranicama kojima je

upravljala Turistička zajednica grada Rijeka u centralnu destinacijsku stranicu visitrijeka.hr pojednostavio se pristup informacijama namijenjenih različitim interesnim skupinama te je omogućeno kvalitetnije upravljanje cjelokupnom bazom podataka. Na taj način postiže se i bolja vidljivost i povećani promet na internet stranici što pozitivno utječe na efikasnost online marketinških aktivnosti te dužinu posjeta i povratak korisnika na web stranicu. Objavom tematskih podstranica unapređuju se manifestacije i projekti koje provodi Turistička zajednica grada Rijeke i omogućuje se jednostavnije pronalaženje željenih informacija o specifičnoj temi.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga)

Realizacija: 160.278,68 kn

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Pravovremena i ispravna informacija u današnje vrijeme donošenja brzih i *last-minute* odluka o ne samo bitnim stvarima u životu već i odluka o destinacijama na koje se gosti odluče postaje izuzetno važna i presudna. Stoga nam je informacija, njena dostupnost i ispravnost, izuzetno važna za kreiranje objava kao i dostupnost gostima i drugim korisnicima te smo radi toga u intenzivnom korištenju našeg sustava ODIS koji se pokazao kao dobro rješenje za redovito ažuriranje s naše strane, ali i direktno od strane dionika destinacije.

ODIS – Objedinjeni destinacijski informativni sustav, koji predstavlja okosnicu svih naših informacija dostupnih u destinaciji, izuzetno je važan sustav koji redovito ažuriramo informacijama, ali i potrebno tehničko održavanje s popratnim potrebnim aplikacijama.

Radi redovnog ažuriranja informacija kao i za potrebe objava dodatno se angažira prevoditeljska agencija koja prevodi tekstove odnosno lektorira dostavljene tekstove na strane jezike naše mrežne stranice s destinacijskim informacijama.

Radi kvalitete korištenja i prilagođavanja novim trendovima proveli smo i analizu postojećeg načina korištenja odnosno sustava ODIS.

Kako bi dodatno unaprijedili distribuciju informacije o destinaciji, interesnim točkama i događanjima, dogovorena je suradnja s novom aplikacijom na temu Moove.

Aplikacija nudi interaktivnu digitalnu poziciju grada, najavu svih manifestacija i atrakcija kao i gastro i ponude smještaja, aktivno slanje notifikacija svim korisnicima aplikacije, navigaciju do atrakcija i mjesta održavanja manifestacija, dodatno isticanje grada kroz medijsku promociju aplikacije, objavu fotografija i video sadržaja grada unutar aplikacije.

Mailchimp platforma za direktni marketing koristi se za slanje prigodnih i projektnih newslettera raznim interesnim skupinama. Članovi, institucije, turističke zajednice svih razina sustava kao i one na emitivnim tržištima, građani i gosti, putem brendiranih obavijesti informiraju se o manifestacijama i programima koje organizira Turistička zajednica grada Rijeke, projektima financiranih iz EU fondova, radionicama i turističkim rezultatima, s ciljem postizanja veće vidljivosti i promocije cjelokupne turističke ponude grada Rijeke.

Dana 27. srpnja 2022. pojavio se problem s internet stranicom www.visitrijeka.hr zbog kojeg istu više nije bilo moguće učitati te je po tom pitanju tražena hitna intervencija tvrtke koja je izradila postojeće web rješenje. S njihove je strane utvrđeno da je došlo do više grešaka u radu sustava ODIS koje, niti nakon nekoliko dana analize i testiranja, nisu uspjeli otkloniti.

Dio baze ODIS-a sačuvan je u izvornom obliku te je ista prebačena na novi server. Hosting baze planira se do izrade novog rješenja destinacijske internetske stranice koja je uključena u Godišnji program rada za 2023. godine.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 89.427,28 kn prema slijedećoj strukturi:

- Komunikacijske usluge – 62.641,17 kn
- Zakup prostora – 1.687,50 kn
- Usluge prijevoda – 8.755,36 kn
- Ostale računalne usluge – 16.343,25 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Dostupnost informacija najvažniji je preduvjet za donošenje odluka o putovanju. Objedinjavanjem podataka o cjelokupnoj turističkoj ponudi stvorena je baza podataka koja sadrži sve informacije koje mogu biti potrebne turistima u destinaciji, potencijalnim gostima, kao i pružateljima turističkih usluga u destinaciji. Provedenim aktivnostima omogućeno je efikasnije filtriranje podataka te je stvoren kvalitetan temelj za razvoj novog sustava prikupljanja i distribucije podataka o turističkoj ponudi grada putem internet stranica Turističke zajednice grada Rijeke i drugih online platformi.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

Realizacija: 89.427,28 kn

3.6. Turističko-informativne aktivnosti

3.6.1. Upravljanje TIC-evima



Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Na glavnoj riječkoj šetnici u samom srcu grada, na adresi Korzo 14 nalazi se Turistički informativni centar, svima poznat pod imenom „TIC“. Informatori zaposleni u TIC-u obrađivali su i distribuirali informacije posjetiteljima te ostalim informativnim punktovima. Informacije su pružane u izravnom kontaktu s posjetiteljima kao i putem telefona te elektronske pošte. Poslovi koje obavljaju radnici TIC-a jednako tako podrazumijevaju prikupljanje i ažuriranje informacija kao što su podaci od novootvorenih smještajnih i ugostiteljskih objekata, do prikupljanja informacija o najrazličitijim događanjima u našem gradu na dnevnoj, mjesečnoj i godišnjoj razini. Prikupljanje informacija prati i dnevna izmjena na mrežnim stranicama. Temeljem zakonskih odredbi i aplikacije e-Visitor TIC vodi popis turista radi kontrole naplate turističke pristojbe, turističke članarine i obrade podataka te opskrbljuje promidžbenim materijalima centralno skladište Hrvatske turističke zajednice. Rashodi Turističkog informativnog centra pored rashoda za plaće radnika obuhvaćaju rashode najma prostora, rashode za komunalne i intelektualne usluge, uredski materijal, materijal za održavanje i energiju, financijske i ostale rashode neophodne za obavljanje djelatnosti te rashode nabavke osnovnih sredstava.

Najveća količina promotivnih materijala podijeljena je osobno u Turističkom informativnom centru. Promidžbeni materijal distribuiran je i za potrebe hotela, hostela, privatnih iznajmljivača, fakulteta te gostiju Grada Rijeke.

Na Trsatskom kaštelu jednoj od najstarijih fortifikacija u Hrvatskom primorju u kojoj su sačuvana obilježja ranosrednjovjekovne gradogradnje smješten je izdvojeni Info punkt koji je također na usluzi stranim i domaćim turistima te građanima Rijeke tijekom cijele godine, a koji uz detaljne informacije o samom kaštelu nudi i informativne materijale o Rijeci. Kako bi Info punkt bio na usluzi posjetiteljima tijekom vikenda i praznika angažirani su vanjski suradnici, informatori.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 849.803,05 kn prema slijedećoj strukturi:

- Bruto dohodak s pripadajućim porezima i doprinosima i naknade – 599.407,64 kn
- Naknade troškova radnicima za prijevoz na posao i s posla – 16.875,00 kn
- Rashodi za usluge (čišćenje, studentski ugovori, telefon, komunalne usluge i sl.) - 102.430,75 kn
- Rashodi za zakup prostora – 101.468,20 kn
- Rashodi za materijal i energiju, ostali rashodi – 24.461,24 kn
- Troškovi amortizacije nabavljene opreme - 5.160,22 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Pružanje informacija gostima i turistima neposrednim kontaktom uz poštivanje svih epidemioloških mjera omogućeno je neposrednijim kontaktom kako turistima tako i domicilnom stanovništvu. Kontrola, odnosno ažuriranje baze podataka vršeno je kroz cijelu godinu. Predsezona je bila izuzetno uspješna i pokazala je izuzetno velik interes turista za naš grad te su TIC-evi s time u svezi pružali sveobuhvatnu podršku svim dionicima turističke ponude grada, a svim gostima su uz poštivanje svih epidemioloških mjera bili na kontinuiranom raspolaganju.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta, stručni suradnik knjigovodstva)

Realizacija: 849.803,05 kn

3.6.2. Postavljanje i održavanje turističke signalizacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Bez obzira na razvoj novih tehnologija koje uvelike olakšavaju snalaženje gostiju u pojedinom gradu, turistička signalizacija sastavni je dio svakog grada koji želi olakšati snalaženje gostiju u prostoru. Već postavljenu turističku signalizaciju potrebno je redovno nadgledati, održavati i zamijeniti u slučaju oštećenja uslijed vandalizma ili nepovoljnih vremenski prilika. Tako je tijekom ožujka došlo do oštećenja City light signalizacije na Korzu te je ista popravljena s time da je trošak popravka i zamjene sadržaja teretio policu osiguranja istog.

Krajem prvog polugodišta istekao je Ugovor o upravljanju city lightovima turističke magistrale grada Rijeke koji smo sklopili s Gradom Rijeka. City lightovi na području Rijeke prepušteni su nam na upravljanje i distribuciju turističkih informacija. Radi značaja koji city lightovi imaju u tom dijelu pružanja informacija, analizirano je da nam to predstavlja jako važan kanal pružanja informacija te je pravovremeno pokrenuta procedura produženja ugovora koja je zaključena na vrijeme.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz aktivnosti postavljanja i održavanja turističke signalizacije na adekvatan i informativan način nastoji se pomoći turistima i građanstvu u što lakšem snalaženju u nalaženju i posjeti turističkih i kulturnih znamenitosti grada.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

Realizacija: 15.000,00 kn

3.6.3. Interpretacijski centar prirodne baštine Primorsko-goranske županije**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

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

Turistička zajednica grada Rijeke kao partner zadužena je za promociju i vidljivost projekta.

U sklopu provedbe projekta redovito su dostavljani izvještaji za nadoknadu sredstava te se kontinuirano vodi komunikacija s vodećim partnerom oko provedbe projektnih aktivnosti.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Promocija odredišta prirodne baštine Primorsko-goranske županije i grada Rijeke uz uspostavu interpretacijskog centra na otvorenom u Rijeci i interpretacijskih točaka na terenu.

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

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj razvoja proizvoda, voditelj informiranja i istraživanja tržišta i administrator), Grad Rijeka

Realizacija: 89.577,44 kn

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor****Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Uslijed nastavka trajanja svjetske pandemije Covid-19 virusa odgođene su sve edukacije korisnika sustava eVisitor i novih funkcija banke podataka sukladno mogućnostima održavanja na lokaciji. Shodno navedenom projekt nije bilo moguće realizirati u proteklom periodu s obzirom na epidemiološke mjere koje su propisane od strane Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske i Primorsko-goranske županije, a sve u cilju očuvanja života i zdravlja domicilnog stanovništva i turista.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta i informatori)

Realizacija: 0,00 kn

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Usljed trenutnih ograničenja odnosno uslijed onih ograničenja koja su bila na snazi u svim državama sa zabranama odnosno izuzetnim ograničenjima putovanja u druge zemlje bez posebnih privatnih ili službenih razloga, sva naša turistički emitivna tržišta su bila zatvorena i dionici destinacije provodili su ograničene aktivnosti planiranja do dobivanja informacije o terminu otvaranja granica koja su krenula krajem svibnja odnosno početkom lipnja.

Radi kvalitete unapređenja boravka gostiju u destinaciji te bolje posjećenosti Trsatskog kaštela i boljih promidžbenih aktivnosti dionika iz dijela kulturnih i sportskih institucija, nastavljena je realizacija projekta Riječke turističke kartice u dijelu projekta koji nosi naziv Winter Pass. Ovaj projekt je osmišljen s osnovnim ciljem podizanja kvalitete i trajanja boravka u destinaciji te kao dodatni poticaj iznajmljivačima i hotelijerima koji Winter Pass mogu pridružiti svojim uslugama smještaja te tako gostu ponuditi cjeloviti turistički proizvod.

Na ovaj se način želi zaokružiti turistička ponuda grada te gostu pružiti niz aktivnosti i ideja za boravak, popularizirati uključene objekte i osnažiti Rijeku kao cjelogodišnju turističku destinaciju, bogatu kulturnim, sportskim i zabavnim sadržajima.



Winter Pass obuhvaća besplatan ulaz u sve lokacije Muzeja grada Rijeke, Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Prirodoslovni muzej Rijeka, Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka, JGL Muzej farmacije, stalni izložbeni postav Trsatskog kaštela, Peek & Poke Muzej

djetinjstva i Muzej informatike, Astronomski centar Rijeka te Bazene Kantrida prema važećim radnim vremenima.

Winter Pass služi i kao podrška u informiranju posjetitelja o turističkoj ponudi grada, a njegovom se promocijom potencijalnim gostima predstavlja dodatni motiv dolaska u Rijeku koji može biti presudan pri odabiru destinacije u zimsko vrijeme.

Kako bi potencijalne goste i posjetitelje upoznali s pogodnostima koje pruža Winter Pass 2022./2023. nastavljena je promotivna kampanja koja je uključivala online i offline kanale.

Tiskani informativni materijali distribuirali su se u Turističkom informativnom centru sve do završetka akcije 30.03.2022. te s početkom jesenskog dijela akcije 01.10.2022. godine kada se projekt direktno uključio u promotivnu kampanju HTZ-a – Mjesec hrvatskog turizma. Tiskani materijali dostupni su direktno svim pružateljima usluga smještaja prema broju dostupnih jedinica, a uključuju upute o korištenju te mapu uključenih atrakcija i dodatne informacije.

Turistička zajednica grada Rijeke u sklopu akcija Winter Pass na sebe je prenijela podmirenje troškova ulaznica u muzeje koje su realizirane na osnovu izdanih vouchera od strane davatelja usluga smještaja na području grada Rijeke.

Upravljanjem proizvodima destinacije, njihovom kvalitetom, ali i kreiranje novih predstavlja naš kontinuirani zadatak, koji provodimo usprkos ograničenjima koja su trenutno na snazi odnosno koja su utjecala na cijelo turističko gospodarstvo.

Tako smo u izvještajnom razdoblju na temu enogastronomije sudjelovali u gastro manifestaciji Grada Rijeke povodom Dana sv. Vida te smo krenuli s implementacijom novog projekta na temu gastronomske ponude Rijeke i brendiranja odnosno klasifikacije.

Novi projekt pod imenom Riječke gastronomske luke, kreiranje i planiranje je krenulo protekle godine dok je početak projekta i implementacija započela početkom drugog kvartala izvještajne godine. Radi se o projektu kojim želimo postići novo brendiranje gastronomske ponude destinacije te time i njihovu novu klasifikaciju. Gastronomska ponuda odnosno motiv dolaska u destinacije ili kao dodatna ponuda destinacije predstavlja izuzetno važan segment njezine ponude te smo kreiranjem ovog projekta unaprijedili značajno kvalitetu destinacije što će se zasigurno odraziti ne samo na dionike gastronomske ponude destinacije već i na opću ponudu destinacije i objave koje se time postižu kroz medije i kroz objave gostiju i posjetitelja.

Cilj projekta Riječke gastronomske luke je nadalje povezivanje ugostiteljskih objekata prehrane u zajedničku priču s marketinškim potencijalom; izgradnja gastronomskog brenda koji se nadovezuje na brend grada Rijeke kao lučkog grada te podrška u profiliranju ugostiteljskih objekata i dizanje ukupne kvalitete i prepoznatljivosti riječke ugostiteljske ponude.

Riječ luka sama po sebi izaziva pozitivne asocijacije (sakriti se u luku od loših vremenskih uvjeta, osjećati se zaštićeno, okrijepiti se, napuniti zalihe, iz luke se obično isplovljava u boljem stanju nego što se u nju ulazi). Te asocijacije vezane uz luke, u Rijeci se prenose i na druge segmente života. Mnogi ugostiteljski objekti grada već i sada funkcioniraju kao male „luke“ u prenesenom smislu.

Neograničen je broj luka u kojima se ugostiteljski objekti mogu prepoznati, a neke od njih su i romantične luke; obiteljske luke; poslovne luke; ribarske luke; veganske luke; luke za vinske znalce...

U izvještajnom razdoblju pod novim brendom Riječke gastronomske luke, ugostiteljima za kandidature na raspolaganju su slijedeće luke :

- Poslovna luka – restorani koji se kandidiraju za titulu Poslovne luke, trebali bi imati najbolji dostupan Wi-Fi, dovoljno razmaknute stolove, po mogućnosti separe za sastanke, mogućnost različitih načina plaćanja računa, a poželjan je i parking ukoliko se nalaze van užeg centra grada.
- Romantična luka - restorani titulu trebaju opravdati i uređenjem, dekoracijama, ponudom jela među kojima su i ona čijim se namirnicama pridaju posebna svojstva – čokolada, tartufi, školjke...
- Obiteljska luka – restorani trebaju imati dječji kutak za igru, kutak za presvlačenje beba, mogućnost organiziranja raznih proslava, prilagođene dječje menije te igre ili bojanke koje mogu okupirati pažnju djeteta za stolom.
- Luka za vinske znalce – restoran treba imati barem 30 vrsta vina u ponudi, vinsku kartu razrađenu po vinogorjima ili sortama s opisima vina, a osoblje znanje o slaganju vina s hranom, serviranju i dekantiranju.
- Pivska luka – restoran treba imati najmanje 20 vrsta piva u ponudi, a osoblje znanje o slaganju piva s jelima.
- Luka lokalnih namirnica – najmanje 70% glavnih proizvoda iz vlastite proizvodnje ili od lokalnih dobavljača, potkrijepljeno dokumentacijom.
- Veganska luka – najmanje 7 jela u ponudi koja zadovoljavaju veganske standarde - jela bazirana na mahunarkama, cjelovitim žitaricama, grahoricama, orašastim plodovima, voću, povrću, sjemenkama (bez mlijeka, jaja, meda, želatine...).
- Ribarska luka – ugostitelji bi trebali moći svoju titulu opravdati i dokumentacijom koja dokazuje vlastiti ribarski obrt ili ugovore s ribarima.
- Luke posebnosti – u ovu kategoriju spadaju restorani koji mogu ponudom i uslugom argumentirati posebnost svoje ponude usluge i ambijenta te predložiti marketinški prihvatljiv naziv za svoju luku. U ovoj se kategoriji mogu kandidirati i restorani specijalizirani za kuhinje

drugih destinacija i zemalja pod uvjetom da imaju u ponudi najmanje 7 jela karakterističnih za kuhinju za koju se kandidiraju, meni preveden na jezik zemlje čiju kuhinju zastupaju i barem jednog zaposlenog koji taj jezik govori.

Lista luka nadopunjavat će se također i prijedlozima ugostitelja koje svojim sadržajem ističu dodatnu poruku i za koju se procjeni da pridonosi boljoj promidžbi destinacije i objekata, ali i analizom komentara i objava gostiju i posjetitelja destinacije.

Za potrebe projekta angažirana je specijalizirana tvrtka za pomoć u koordinaciji aktivnosti koje se provode u sklopu projekta te je kreirana posebna mrežna podstranica projekta sa svim informacija o Riječkim gastronomskim lukama.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 91.973,95 kn prema slijedećoj strukturi:

- Podmirenje troškova ulaznica u projektu Winter Pass – 10.391,06 kn
- Usluga tiska i grafičke pripreme – 22.462,50 kn
- Usluge ozvučenja i rasvjete – 1.250,00 kn
- Autorski honorari i intelektualne usluge – 1.338,44 kn
- Ostali materijalni rashodi – 34.530,95 kn
- Sufinanciranje međunarodnog natjecanja – 9.500,00 kn
- Ugostiteljske usluge – 7.501,00 kn
- Ostale usluge – 5.000,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Projekt je realiziran u proteklom periodu u planiranom opsegu s ograničenjima koja su bila prisutna, a vezana su na pandemiju Covid-19 virusa. Na ovu aktivnost utjecala je i situacija odnosno ograničenja koja postoje na našim turistički emitivnim tržištima te su se sve aktivnosti prilagođavale novim informacijama kako su dolazile odnosno pokrenule su se nakon svakog popuštanja mjera međunarodnih putovanja.

Projekt je realiziran u proteklom periodu u planiranom opsegu s izuzetnim rezultatima u medijskim objavama što je doprinijelo boljoj vidljivosti projekta, destinacije, ali i partnera-dionika turističke ponude u tom dijelu.

Redovito ažuriranje informacija, ali i uključenje novih partnera doprinosi još boljoj kvaliteti usluge koja se nudi svim gostima što se odražava dodatno i u brojnim objavama na temu enogastronomije koju redovito pratimo.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga, voditelj razvoja proizvoda, voditelj istraživanja i analize tržišta)

Realizacija: 91.973,95 kn

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U cilju naglaska na hortikulturi i obogaćenju vizuala grada kupljene su sadnice cvijeća.

- Trošak nabave cvijeća 2.580,72 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Naglasak na hortikulturi u vidu nabavke sadnica cvijeća svakako je pridonijelo uređenju Starog grada.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj razvoja proizvoda, voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

Realizacija: 2.580,72 kn

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i slične organizacije

U proteklim godinama bili smo svjedoci izvanredne krizne situacije koja je globalno utjecala na cjelokupno gospodarstvo, ali i direktno na živote stanovništva. Turistička djelatnost nije bila iznimka u tom pogledu, ali za Hrvatsku kao jedna izuzetno važna grana gospodarstva je direktno imala veliku štetu koja je utjecala ne samo na turističko gospodarstvo direktno već i indirektno na sve popratne djelatnosti.

Kvalitetnom pripremom, analizom stanja i dostupnih informacija iz drugih emitivnih tržišta, turističko gospodarstvo se uspjelo kvalitetno pripremiti za ponovno otvaranje tržišta i ta kvaliteta pripreme, koja se u izvještajnoj godini rezultira odličnim turističkim prometom koji postizemo u odnosu na rekordnu 2019. godinu, se može zahvaliti i informacijama koje smo prikupili preko članstva u međunarodnim strukovnim asocijacijama.

Tako su i za izvještajno razdoblje obnovljene i uplaćene redovne članarine u međunarodnim strukovnim asocijacijama European Cities Marketing (ECM) i Skål klub Kvarner koji je dio međunarodne strukovne asocijacije Skål.



U izvještajnom razdoblju izuzetno važnu ulogu imala je i godišnja skupština asocijacije ECM na kojoj su sudjelovali i naši predstavnici jer je pored brojnih analiza koje su bile dostupne u sklopu predavanja, ovo bila prva skupština koja se ponovno održala na lokaciji i to u Hamburgu (Njemačka) te su naši predstavnici u direktnoj komunikaciji razmjenjivali iskustva iz proteklih godina i kako je to utjecalo na turističko tržište. Na godišnjoj skupštini također je

donijeta i odluka o rebrandiranju asocijacije te je uslijed toga i promijenjeno ime koje sad glasi City Destinations Alliance, a u skraćenom obliku CityDNA.

Tijekom listopada 2022. godine Turistička zajednica grada Rijeke sudjelovala je na Dies Natalis obilježavanju obljetnice 120 godina turističkog djelovanja Turistično oplešvalnog društva Šoštanj u organizaciji FECC – a. Tijekom višednevnog radnog posjeta održana je i sjednica povodom organizacije domaćinstva slijedeće konvencije FECC-a tijekom 2023. godine.

U izvještajnom razdoblju Rijeka i Opatija su bili domaćini Svjetskog kongresa SKAL-a te su na tu temu održavani redoviti operativni sastanci s drugim partnerima i angažiranom putničkom agencijom koja je provodila koordinacijske aktivnosti kongresa.

Na održanom Svjetskom kongresu Rijeka, Opatija, Kvarner i Hrvatska predstavili su se najvažnijim turističkim djelatnicima iz cijelog svijeta. Turistička zajednica grada Rijeke bila je

domaćin svečanog otvaranja i popratnog programa koji se održao u Rijeci te su za tu potrebu realizirane planirane aktivnosti organizacije domaćinstva kongresa.

Realizacija domaćinstva svečanog otvaranja međunarodnog Skål kongresa i konstituirajuće sjednice Skål Europe. Domaćinstvo je imalo za zadatak pokazati Rijeku u svjetlu razvoja diverzificiranog proizvoda turizma kroz prizmu kulture i industrijske baštine. Realizacija ideje domaćinstva provedena je svečanim otvaranjem u HNK Ivana pl. Zajca u jutarnjim satima. Programski dio sadržavao je svečanu ceremoniju otvaranja s defileom zastava svih članova asocijacije, najavom svečane akademije, nastupom baleta HNK Ivana pl. Zajca, dodjelom nagrada i priznanja i glazbeno zabavnim dijelom ženske klape Luka. Po završetku programa organiziran je svečani domjenak u zgradi Export Delta. Industrijski prostor prigodno je dekoriran svjetlosnom dekoracijom, LED video wall-om s destinacijskim promotivnim filmovima, uz ambijentalni nastup DJ-a. Gastronomski segment svečanog domjenka u ponudi je imao isključivo lokalne namirnice, dok je enološki ponudio vina s Kvarnera.

Nakon završetka svečanog domjenka organiziran je razgled grada i povijesnih znamenitosti u dva turnusa. Jedan dio uzvanika imao je organiziran prijevoz na Trsat s vodičem, dok je drugi s vodičem razgledao jezgru grada pješke. Nakon završene ture posjetitelji su zamijenili lokacije.

Prema povratnim informacijama od strane uzvanika možemo zaključiti kako se organizacija svečanog otvorenja u Rijeci pokazala kao kvalitetno odrađena prezentacija grada i znamenitosti uz isključivo odlične komentare i dojmove.

U trećem kvartalu pokrenuli smo inicijativu da se Riječki karneval odnosno Turistička zajednica grada Rijeke učlani u karnevalsko-tematsku međunarodnu asocijaciju *NEG - Närrische Europäische Gemeinschaft*. Nakon višegodišnje komunikacije i analize potencijalne suradnje i koristi koje bi ostvarili članstvom, podnijeli smo zahtjev/iskaz interesa za pridruženo članstvo. Očekujemo da će zahtjev biti pozitivno prihvaćen od članova asocijacije te ćemo potom pokrenuti proceduru koju smo obvezatni za učlanjenje.

Predstavnik Ureda sudjelovao je u radu jesenske sjednice Međunarodne asocijacije CityDNA – City Destinations Alliance, čiji smo članovi, a koja se održala u Tel Avivu (Izrael).

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 224.749,33 kn prema slijedećoj strukturi:

- Članarine – 25.807,60 kn
- Kotizacije – 15.857,63 kn
- Najam opreme Skål – 58.727,50 kn
- Film i izrada fotografija Skål – 2.062,50 kn
- Ostali oblici reprezentacije Skål – 57.497,91 kn
- Rashodi za materijal i energiju – 2.845,72 kn
- Troškovi sudjelovanja u organizaciji - 60.149,04 kn
- Ostali nespomenuti rashodi – 1.801,43 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Prava informacija u pravo vrijeme predstavlja veliki izazov za sve dionike gospodarstva te realizacijom ovog projekta imamo pristup podacima turističkih dionika i njihovim analizama s drugih emitivnih turističkih tržišta. Ovaj projekt u potpunosti ispunjava ciljeve koje imamo, a uključuju stalne analize tržišta te smo projektom ostvarili sve planirano pa čak i više što se u konačnici djelomično rezultira i u turističkom prometu izvještajnog razdoblja.

Pored redovitog pristupa internim bankama podataka, u redovnoj komunikaciji s drugim članovima stječemo nova saznanja o interesnim temama i drugim aktivnostima koje se provode, a koje mogu direktno utjecati na unapređenje naših vlastitih aktivnosti koje provodimo za potrebe članova.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga)

Realizacija: 224.749,33 kn

5.2. Domaće strukovne i slične organizacije

U proteklim godinama bili smo svjedoci izvanredne krizne situacije koja je globalno utjecala na cjelokupno gospodarstvo, ali i direktno na živote stanovništva. Turistička djelatnost nije bila iznimka u tom pogledu, ali za Hrvatsku kao jedna izuzetno važna grana gospodarstva je direktno imala veliku štetu koja je utjecala ne samo na turističko gospodarstvo direktno već i indirektno na sve popratne djelatnosti.

Kvalitetnom pripremom, analizom stanja i dostupnih informacija iz drugih emitivnih tržišta, turističko gospodarstvo se uspjelo kvalitetno pripremiti za ponovno otvaranje tržišta i ta kvaliteta pripreme koja se u izvještajnom razdoblju rezultira odličnim turističkim prometom koji postižemo u odnosu na rekordnu 2019. godinu se može zahvaliti i informacijama koje smo prikupili preko članstva u domaćim strukovnim asocijacijama.

U izvještajnom razdoblju obnovljeno je članstvo i uplaćene su redovne mjesečne članarine u domaćoj strukovnoj asocijaciji Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera. Članarine su plaćene u redovnom roku.

U veljači je održana Skupština Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera na kojoj su donijete redovne odluka asocijacije te smo upoznati s dalje planiranim aktivnostima i mogućnostima za sve članove.

Kvalitetnim analizama i provjerama statusa tržišta i drugim potrebnim informacijama koje su nam bile potrebne u ovoj izvanrednoj godini uzrokovanoj pandemijom, članstvom u ovim specijaliziranim asocijacijama dobili smo izuzetno kvalitetne i ažurne informacije o stanju na tržištu s posebnim naglaskom na karakteristike koje imaju ovi posebni turistički proizvodi i asocijacija čiji smo članovi.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 21.360,24 kn prema slijedećoj strukturi:

- Članarine – 8.750,00 kn
- Kotizacije – 1.000,00 kn
- Usluge promocije – 7.145,78 kn
- Troškovi sudjelovanja u organizaciji – 3.023,00 kn
- Ostali troškovi – 1.441,46 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Prava informacija u pravo vrijeme predstavlja veliki izazov za sve dionike gospodarstva te realizacijom ovog projekta imamo pristup podacima turističkih dionika i njihovim analizama s drugih emitivnih turističkih tržišta. Ovaj projekt u potpunosti ispunjava ciljeve koje imamo, a uključuju stalne analize tržišta te smo projektom ostvarili sve planirano pa čak i više što se u konačnici djelomično rezultira i u turističkom prometu izvještajne godine.

Pored redovitog pristupa internim bankama podataka, u redovnoj komunikaciji s drugim članovima stječemo nova saznanja o interesnim temama i drugim aktivnostima koje se provode, a koje mogu direktno utjecati na unapređenje naših vlastitih aktivnosti koje provodimo za potrebe članova.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (voditelj marketinga)

Realizacija: 21.360,24 kn

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće

6.1.1. Plaće financirane iz redovnih prihoda

U periodu od 01. siječnja do 31. prosinca Turistička zajednica grada Rijeke isplatila je plaće radnicima s pripadajućim troškovima sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. Tijekom godine došlo je do promjena u broju zaposlenih radnika, dvije radnice koje su koristile roditeljski dopust vratile su se na posao i zaposlen je jedan novi radnik. U Turističkom uredu na kraju izvještajnog razdoblja bilo je zaposleno 13 radnika.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 1.146.690,66 kn prema slijedećoj strukturi:

- Bruto dohodak s pripadajućim porezima i doprinosima – 892.898,49 kn
- Ostali rashodi za radnike – 105.957,56 kn
- Doprinosi za obvezno zdravstveno osiguranje - 147.834,61 kn.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik knjigovodstva)

Realizacija: 1.146.690,66 kn

6.1.2. Plaće financirane iz europskih projekata

U periodu od 01. siječnja do 31. prosinca isplaćene su plaće za dva radnika Turističkog ureda koji rade na projektima financiranim iz europskih fondova i to na projektima ProNacul, EMOUndergrounds i projektu PerPeTuUm aGile.

Na realizaciju aktivnosti ove stavke ukupno je utrošeno 325.777,15 kn prema slijedećoj strukturi:

- Bruto dohodak s pripadajućim porezima i doprinosima – 276.356,63 kn
- Ostali rashodi za radnike – 4.328,00 kn
- Doprinosi za obvezno zdravstveno osiguranje - 45.092,52 kn.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik knjigovodstva)

Realizacija: 325.777,15 kn

6.2. Materijalni troškovi

6.2.1. Materijalni troškovi Ureda

Materijalni troškovi obuhvaćaju sve troškove neophodne za funkcioniranje Turističkog ureda. Rashodi Turističkog ureda obuhvaćaju rashode za naknade troškova radnicima za službena putovanja, prijevoz, seminare i stručna usavršavanja, usluge telefona, usluge tekućeg održavanja,

komunalne usluge, zakupnine i najamnine, intelektualne i osobne usluge, računalne usluge, ostale usluge, financijske rashode i nabavu opreme neophodne za obavljanje djelatnosti. Rashodi za materijal i energiju odnose se na rashode uredskog materijala, sredstva za čišćenje i održavanje, električne energije, sitnog inventara i ostale nespomenute materijalne rashode. Ovu stavku tereti i amortizacija za nabavljenu opremu i kamate na kredit uzet kod poslovne banke u lipnju 2020. godine s dospijecom 30.06.2023. godine.

U periodu od 01. siječnja do 31. prosinca materijalni troškovi Turističkog ureda iznose 911.002,05 kn i odnose se na sljedeće troškove :

- Naknade troškova radnicima za službena putovanja, prijevoz na posao i s posla, seminare i stručna usavršavanja - 45.471,04 kn
- Rashodi za usluge (usluge telefona, usluge tekućeg održavanja, komunalne usluge, zakupnine i najamnine, intelektualne i osobne usluge, čišćenje i sl.) - 564.123,14 kn
- Rashodi za materijal i energiju (el. energija, sitni inventar i sl.) - 104.883,82 kn
- Ostali nespomenuti materijalni rashodi – 50.679,61 kn
- Kamate za primljene kredite banke – 31.266,73 kn
- Ostali financijski rashodi – 16.466,30kn
- Ostali nespomenuti rashodi – 3.021,00 kn
- Nabava opreme – 42.689,27 kn
- Troškovi amortizacije nabavljene opreme – 52.401,14 kn.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik knjigovodstva)

Realizacija: 911.002,05 kn

6.2.2. Materijalni troškovi iz europskih projekata

Rashodi Turističkog ureda za europske projekte odnose se na naknade troškove za prijevoz za jednog radnika. U periodu od 01. siječnja do 31. prosinca materijalni troškovi iz europskih projekata iznose 3.884,00 kn i odnose se na sljedeće troškove:

- Naknade troškova radnicima za prijevoz na posao i s posla za projekt ProNacul – 3.884,00 kn.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (stručni suradnik knjigovodstva)

Realizacija: 3.884,00 kn

6.3. Tijela Turističke zajednice

U 2022. godini održano je 5 sjednica Turističkog vijeća i 2 sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Rijeke. Troškovi organizacije održavanja sjednica iznose 44.837,80 kn i sastoje se od:

- Rashoda za usluge i materijal – 10.740,00
- Ostalih nespomenutih materijalnih rashoda – 34.097,80 kn.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGR (administrator)

Realizacija: 44.837,80 kn

7. REZERVA

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Rijeke na 11. (jedanaestoj) sjednici donijelo je Odluku kojom se sredstva stavke 7. Rezerva I. Izmjena i dopuna Godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Rijeke za 2022. godinu u ukupnom iznosu od 10.000,00 kn prebacuju na stavku 2.3.3 Potpore projektima i manifestacijama I. Izmjena i dopuna Godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Rijeke za 2022. godinu za manifestaciju Regata 1000 otoka.

Prihodi Turističke zajednice grada Rijeke za 2022. godinu

		PRIHODI	Plan 2022.	Izmjene i dopune 2022.	Realizacija 2022.	udio % u realizaciji	Indeks Realizacija/Izmjene i dopune
1.		Izvorni prihodi	4.350.000,00	6.116.500,00	5.621.834,77	49,23	92
	1.1.	Turistička pristojba	1.250.000,00	2.116.500,00	1.725.240,37	15,11	82
	1.2.	Članarina	3.100.000,00	4.000.000,00	3.896.594,40	34,12	97
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	740.000,00	1.156.000,00	1.148.744,61	10,06	99
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	300.000,00	162.000,00	113.400,00	0,99	70
4.		Prihodi iz EU fondova	2.358.000,00	1.000.000,00	1.005.835,61	8,81	101
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	2.151.000,00	2.897.000,00	2.913.946,78	25,52	101
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	1.000.000,00	591.000,00	591.264,78	5,18	100
7.		Ostali prihodi	1.000,00	7.500,00	24.920,43	0,22	332
		Sveukupno	10.900.000,00	11.930.000,00	11.419.946,98	100,00	96

		Klasifikacija iz račun. plana	Opis skupine u računskom planu	PRIHODI	Realizacija 2022.	Udio %
1.				Izvorni prihodi	5.621.834,77	49,23
	1.1.	33	Prihodi po posebnim propisima	Turistička pristojba	1.725.240,37	15,11
	1.2.	32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	Članarina	3.896.594,40	34,12
2.		35	Prihodi od donacija	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	1.148.744,61	10,06

3.	37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	Prihodi od sustava turističkih zajednica	113.400,00	0,99
4.			Prihodi iz EU fondova	1.005.835,61	8,81
	34	Prihodi od nefinancijske imovine	Prihodi od pozitivnih tečajnih razlika	3.637,70	0,03
	35	Prihodi od donacija	Prihodi od donacija	1.002.197,91	8,78
5.			Prihodi od gospodarske djelatnosti	2.913.946,78	25,52
	31	Prihodi od prodaje roba i pružanje usluga	Prihodi od oglašavanja i sponzorstva	570.580,80	5,00
	34	Prihodi od imovine	Prihodi od zakupa i podzakupa	2.343.365,98	20,52
6.	52	Rezultat poslovanja	Preneseni prihod iz prethodne godine	591.264,78	5,18
7.			Ostali prihodi	24.920,43	0,22
	34	Financijski prihodi	Prihodi od financijske imovine/kamate	404,84	0,00
	35	Prihodi od donacija	Prihodi od trgovačkih društava	3.000,00	0,03
	36	Ostali nespomenuti prihodi	Ostali nespomenuti prihodi	21.515,59	0,19
			SVEUKUPNO	11.419.946,98	100,00

Prihodi - Izvršenje programa rada 2022.

Skupina iz računskog plana neprofitnih organizacija	Opis skupine u računskom planu neprofitnih organizacija	Realizacija 2022.	Iznos (u kn)
31	Prihodi od prodaje roba i usluga	Prihodi od prodaje ulaznica i oglašavanja	570.580,80
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	Prihodi od turističke članarine	3.896.594,40
33	Prihodi po posebnim propisima	Prihodi od turističke pristojbe	1.725.240,37
34	Prihodi od imovine	Prihodi od kamata ,zakupa i podzakupa	2.347.408,52
35	Prihodi od donacija	Prihodi iz državnog proračuna, JLS-a, grada i prihodi od EU fondova	2.153.942,52
36	Ostali nespomenuti prihodi	Ostali nespomenuti prihodi	21.515,59
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	Prihodi od HTZ-a	113.400,00
	PRIHODI		10.828.682,20
52	Rezultat poslovanja	Preneseni prihod iz prethodne godine	591.264,78
	SVEUKUPNO PRIHODI		11.419.946,98

Aktivnosti Turističke zajednice grada Rijeke za 2022. godinu

		AKTIVNOSTI	Plan 2022.	Izmjene i dopune 2022.	Realizacija 2022.	udio % u realizaciji	Indeks Realizacija / I. Izmjene i dopune
1.	1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	40.000,00	14.000,00	4.785,00	0,04	34
	1.1.	Izrada strateških /operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0,00	0,00	0,00	0,00	0
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	20.000,00	14.000,00	4.785,00	0,04	34
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0
2.	2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	6.603.000,00	6.648.000,00	6.493.905,04	55,66	98
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	290.000,00	250.000,00	284.666,80	2,44	114
	2.1.1.	Strukturiranje proizvoda aktivnog, pustolovnog i cikloturizma	250.000,00	250.000,00	284.666,80	2,44	114
	2.1.2.	Strukturiranje sakralne baštine	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	2.553.000,00	1.854.000,00	1.532.358,52	13,13	83
	2.2.1.	Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine	120.000,00	106.000,00	24.372,00	0,21	23
	2.2.2.	Kulturno turistička ruta Putovima Frankopana	107.000,00	107.000,00	107.364,75	0,92	100
	2.2.3.	Povežimo se baštinom	1.000.000,00	271.000,00	215.977,98	1,85	80
	2.2.4.	Projekt ProNacul	226.000,00	270.000,00	235.969,67	2,02	87
	2.2.5.	Projekt EMOUndergrounds	1.100.000,00	1.100.000,00	948.674,12	8,13	86
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	3.100.000,00	3.877.000,00	3.997.499,93	34,26	103
	2.3.1.	Riječki karneval	1.400.000,00	1.427.000,00	1.439.868,25	12,34	101
	2.3.2.	Rijeka Advent	1.200.000,00	1.950.000,00	2.090.133,03	17,91	107
	2.3.3.	Potpore projektima i manifestacijama	500.000,00	510.000,00	467.498,65	4,01	93
	2.4.	Turistička infrastruktura	560.000,00	560.000,00	570.485,93	4,89	102
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	100.000,00	107.000,00	108.893,86	0,93	102
3.	3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.626.000,00	1.862.400,00	1.825.597,15	15,65	98
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	400.000,00	400.000,00	444.282,07	3,81	111
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	80.000,00	131.500,00	81.503,40	0,70	62
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	100.000,00	100.000,00	95.725,23	0,82	96
	3.4.	Internetske stranice	100.000,00	162.300,00	160.278,68	1,37	99
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	80.000,00	80.000,00	89.427,28	0,77	112
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	866.000,00	988.600,00	954.380,49	8,18	97
	3.6.1.	Upravljanje TIC-evima	831.000,00	884.100,00	849.803,05	7,28	96
	3.6.2.	Postavljanje i održavanje turističke signalizacije	30.000,00	15.000,00	15.000,00	0,13	100

	3.6.3.	Interpretacijski centar prirodne baštine Primorsko - goranske županije	5.000,00	89.500,00	89.577,44	0,77	100
4.	4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	120.000,00	118.400,00	94.554,67	0,81	80
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	70.000,00	113.400,00	91.973,95	0,79	81
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	40.000,00	5.000,00	2.580,72	0,02	52
5.	5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	215.000,00	215.000,00	246.109,57	2,11	114
	5.1.	Međunarodne strukovne i slične organizacije	200.000,00	200.000,00	224.749,33	1,93	112
	5.2.	Domaće strukovne i slične organizacije	15.000,00	15.000,00	21.360,24	0,18	142
6.	6.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	2.296.000,00	2.491.200,00	2.432.191,66	20,84	98
	6.1.	Plaće	1.592.000,00	1.592.000,00	1.472.467,81	12,62	92
	6.1.1.	Plaće financirane iz redovnih prihoda	1.280.000,00	1.280.000,00	1.146.690,66	9,83	103
	6.1.2.	Plaće financirane iz europskih projekata	312.000,00	312.000,00	325.777,15	2,79	51
	6.2.	Materijalni troškovi	680.000,00	858.900,00	914.886,05	7,84	107
	6.2.1.	Materijalni troškovi ureda	670.000,00	855.600,00	911.002,05	7,81	106
	6.2.2.	Materijalni troškovi iz europskih projekata	10.000,00	3.300,00	3.884,00	0,03	118
	6.3.	Tijela Turističke zajednice	24.000,00	40.300,00	44.837,80	0,38	111
7.	7.	REZERVA	0,00	571.000,00	571.000,00	4,89	100
8.	8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	0,00	0,00	0,00	0
SVEUKUPNO			10.900.000,00	11.930.000,00	11.668.143,09	100,00	98

UKUPNI PRIHODI	11.419.946,98
UKUPNE AKTIVNOSTI	11.668.143,09
MANJAK PRIHODA	-248.196,11

		Klasifikacija iz račun. plana	Opis skupine u račun. planu	AKTIVNOSTI	Realizacija 2022.	Udio %
1.				ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	4.785,00	0,04
	1.1.			Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0,00	0,00
	1.2.	42	Materijalni rashodi	Istraživanje i analiza tržišta	4.785,00	0,04
	1.3.	42	Materijalni rashodi	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00	0,00
2.				RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	6.493.905,04	55,66
	2.1.			Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	284.666,80	2,44
	2.1.1.	42	Materijalni rashodi	Strukturiranje proizvoda aktivnog, pustolovnog i cikloturizma	284.666,80	2,44
	2.1.2.	45	Materijalni rashodi	Strukturiranje sakralne baštine	0,00	0,00

2.2.			Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	1.532.358,52	13,13
2.2.1.			Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine	24.372,00	0,21
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	18.750,00	0,16
	43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	5.622,00	0,05
2.2.2.			Kulturno turistička ruta Putovima Frankopana	107.364,75	0,92
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	15.000,00	0,13
	43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	92.364,75	0,79
2.2.3.	42	Materijalni rashodi	Povežimo se baštinom	215.977,98	1,85
2.2.4.			Projekt ProNacul	235.969,67	2,02
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	68.592,80	0,59
	43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	164.203,80	1,41
	44	Financijski rashodi	Negativne tečajne razlike	3.173,07	0,03
2.2.5.			Projekt EMOUndergrounds	948.674,12	8,13
	02	Proizvedena dug. imovina	Nabava opreme i ulaganja u računalne programe	334.864,00	2,87
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	613.227,84	5,26
	44	Financijski rashodi	Negativne tečajne razlike	582,28	0,00
2.3.			Podrška razvoju turističkih događanja	3.997.499,93	34,26
2.3.1.			Riječki karneval	1.439.868,25	12,34
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	1.037.849,32	8,89
	43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	20.791,14	0,18
	45	Tekuće donacije	Sufinanciranje Riječki karneval	268.000,00	2,30
	46	Ostali nespomenuti rashodi	Ostali nespomenuti rashodi	113.227,79	0,97
2.3.2.			Rijeka Advent	2.090.133,03	17,91
	02	Proizvedena dug. imovina	Nabava opreme	26.080,00	0,22
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	1.819.441,03	15,59
	43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	234.612,00	2,01
	45	Tekuće donacije	Sufinanciranje programa	10.000,00	0,09
2.3.3.	45	Materijalni rashodi	Potpore projektima i manifestacijama	467.498,65	4,01
2.4.			Turistička infrastruktura	570.485,93	4,89
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	420.753,55	3,61
	43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	147.847,27	1,27
	44	Financijski rashodi	Troškovi platnog prometa	1.885,11	0,02
2.5.	42	Materijalni rashodi	Podrška turističkoj industriji	108.893,86	0,93
3.			KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.825.597,15	15,65

3.1.	42	Materijalni rashodi	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	444.282,07	3,81
3.2.	42	Materijalni rashodi	Suradnja s organizatorima putovanja	81.503,40	0,70
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za usluge	76.503,40	0,66
	45	Tekuće donacije	Ostala sufinanciranja	5.000,00	0,04
3.3.	42	Materijalni rashodi	Kreiranje promotivnog materijala	95.725,23	0,82
3.4.	42	Materijalni rashodi	Internetske stranice	160.278,68	1,37
3.5.	42	Materijalni rashodi	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	89.427,28	0,77
3.6.			Turističko-informativne aktivnosti	954.380,49	8,18
3.6.1.			Upravljanje TIC-evima	849.803,05	7,28
	41	Rashodi za radnike	Plaće zaposlenih u TIC-evima	599.407,64	5,14
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	245.235,19	2,10
	43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	5.160,22	0,04
3.6.2.	42	Materijalni rashodi	Postavljanje i održavanje turističke signalizacije	15.000,00	0,13
3.6.3.	44	Financijski rashodi	Interpretacijski centar prirodne baštine Primorsko - goranske županije	89.577,44	0,77
4.			DESTINACIJSKI MENADŽMENT	94.554,67	0,81
4.1.			Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0,00	0,00
4.2.			Upravljanje kvalitetom u destinaciji	91.973,95	0,79
	42	Materijalni rashodi	Rashodi za materijal i usluge	82.473,95	0,71
	45	Tekuće donacije	Ostala sufinanciranja	9.500,00	0,08
4.3.	42	Materijalni rashodi	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	2.580,72	0,02
5.			ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	246.109,57	2,11
5.1.	42	Materijalni rashodi	Međunarodne strukovne i slične organizacije	224.749,33	1,93
5.2.	42	Materijalni rashodi	Domaće strukovne i slične organizacije	21.360,24	0,18
6.			ADMINISTRATIVNI RASHODI	2.432.191,66	20,84
6.1.			Plaće	1.472.467,81	12,62
6.1.1.	41	Rashodi za radnike	Plaće zaposlenika financirane iz redovnih prihoda	1.146.690,66	9,83
6.1.2.	41	Rashodi za radnike	Plaće zaposlenika financirane iz europskih projekata	325.777,15	2,79
6.2.			Materijalni troškovi	914.886,05	7,84
6.2.1.			Materijalni troškovi ureda	911.002,05	7,81
	02	Proizvedena dug. imovina	Nabava opreme	42.689,27	0,37
	42	Materijalni rashodi	Materijalni rashodi ureda	765.157,61	6,56
	43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	52.401,14	0,45
	44	Financijski rashodi	Troškovi platnog prometa i kamate na kredit	47.733,03	0,41
	46	Ostali nespomenuti rashodi	Ostali nespomenuti rashodi	3.021,00	0,03
6.2.2.	42	Materijalni rashodi	Materijalni troškovi iz europskih projekata	3.884,00	0,03
6.3.	42	Materijalni rashodi	Tijela Zajednice	44.837,80	0,38

7.			REZERVA	571.000,00	4,89
8.			POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	0,00
			SVEUKUPNO	11.668.143,09	100,00

Rashodi - Realizacija 2022.

Skupina iz računskog plana neprofitnih organizacija	Opis skupine u računskom planu neprofitnih organizacija	Rashodi 2022.	Iznos (u kn)
41	Rashodi za radnike	Bruto dohodak s pripadajućim porezima i doprinosima, darovi, nagrade, otpremnine za odlazak u mirovinu, naknade za bolest	2.071.875,45
42	Materijalni rashodi	Naknade troškova radnicima, rashodi za usluge, rashodi za materijal i energiju, ostali nespomenuti rashodi za materijal i energiju	6.879.433,68
43	Rashodi amortizacije	Amortizacija	723.002,32
44	Financijski rashodi	Kamate na kredit, bankarske usluge i ostali nespomenuti financijski rashodi	142.950,93
45	Donacije	Tekuće donacije	759.998,65
46	Ostali rashodi	Ostali rashodi	116.248,79
	RASHODI		10.693.509,82
02	Proizvedena dugotrajna imovina	Postrojenja i oprema	403.633,27
	Rezerva		571.000,00
	SVEUKUPNO		11.668.143,09

Direktor:
 Petar Škarpa, dipl.oec.