



IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU
GODIŠNJEG PROGRAMA RADA
TZ GRADA OPATIJA
ZA 2021. GODINU

S A D R Ź A J

A.	TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA	2
1.	TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA ZA 2021. GODINU	2
2.	SMJEŠTAJNI KAPACITETI NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA	9
B.	IZVJEŠĆE O RADU SKUPŠTINE TZ GRADA OPATIJA U 2021. GODINI ...	11
C.	AKTIVNOSTI TZ GRADA OPATIJA U 2021. GODINI	13
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE.....	13
1.1.	Istraživanje i analiza tržišta	13
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA.....	13
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	13
2.2.	Podrška razvoju turističkih događanja	18
2.3.	Podrška turističkoj industriji.....	39
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE.....	40
3.1.	Oglašavanje turističke ponude i proizvoda	40
3.2.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	43
3.3.	Marketinške i poslovne suradnje (oglašavanje sa strateškim partnerima)	51
3.4.	Suradnja s organizatorima putovanja.....	51
3.5.	Kreiranje promotivnog materijala	55
3.6.	Internet stranice	60
3.7.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	60
3.8.	Turističko-informativne aktivnosti.....	61
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	61
4.1.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	61
4.2.	Poticanje na uređenje destinacije	61
4.3.	Edukacije	62
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....	63
6.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	63
7.	OSTALE AKTIVNOSTI.....	63
7.1.	Koordinacija turističkih zajednica Opatijske rivijere.....	63
7.2.	Aktivnosti vezane uz COVID-19 krizu	63

A. TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA

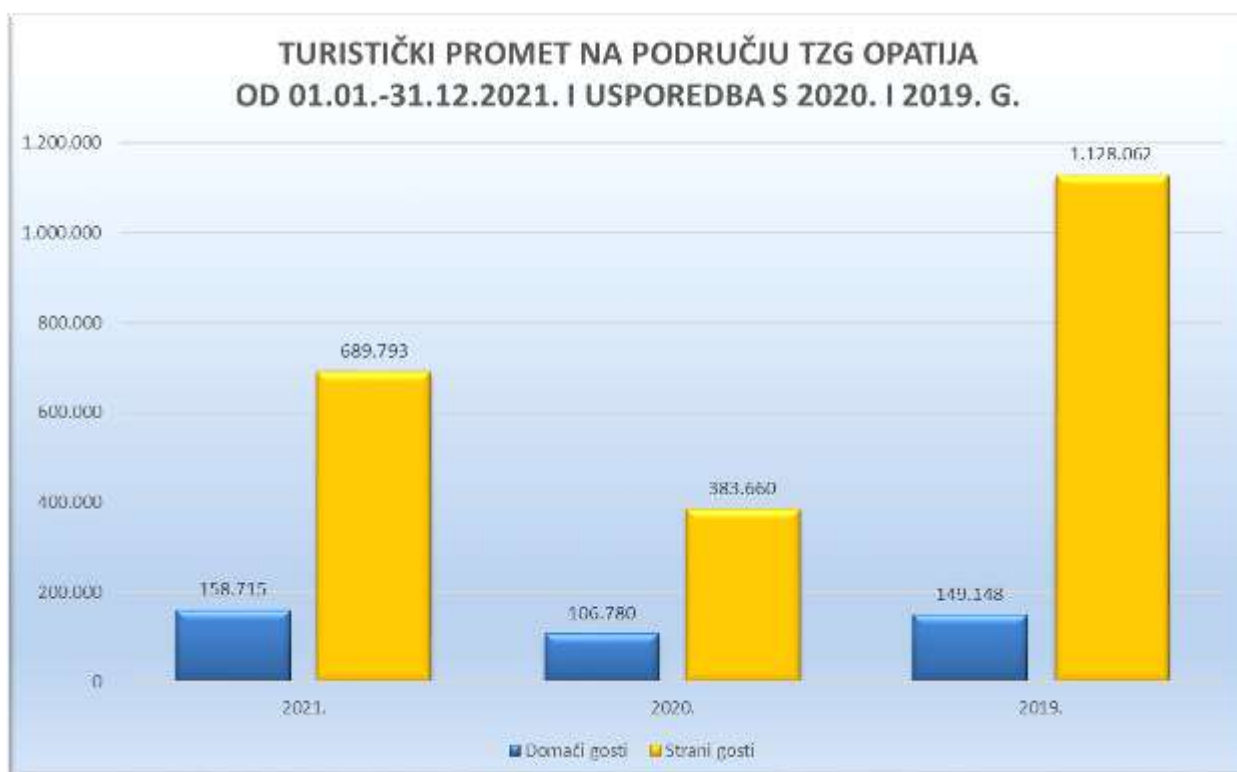
1. TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA ZA 2021. GODINU

U 2021. godini na području TZ grada Opatija boravilo je 237.593 gostiju, koji su ostvarili 848.508 noćenja, što je 76% više gostiju i 73% više noćenja u odnosu na isto razdoblje u 2020. godini, odnosno 56% dolazaka i 66% noćenja ostvarenih u 2019. godini.

Brojem dolazaka i noćenja u 2021. godini dominiraju strani gosti koji su ostvarili 689.793 noćenja što je 80% više u odnosu na 2020. godinu, a što čini 61% ostvarenog turističkog prometa 2019. godine. Domaći gosti ostvarili su 158.715 noćenja i povećanje od 49% u odnosu na 2020. godinu i 6% više u odnosu na ostvareni turistički promet u 2019. godini.

TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZG OPATIJA OD 01.01.-31.12.2021. I USPOREDBA S 2020. I 2019. G.

Gosti	DOLASCI					NOĆENJA				
	2021.	2020.	2019.	Indeks 21/20	Indeks 21/19	2021.	2020.	2019.	Indeks 21/20	Indeks 21/19
Domaći gosti	71.569	43.612	64.878	164	110	158.715	106.780	149.148	149	106
Strani gosti	166.024	91.685	357.723	181	46	689.793	383.660	1.128.062	180	61
Ukupno	237.593	135.297	422.601	176	56	848.508	490.440	1.277.210	173	66



Ukupan prosječan broj dana boravka stranih i domaćih gostiju u 2021. godini iznosi 3,6 dana, od čega su strani gosti u Opatiji proveli prosječno 4,2 dana, a domaći gosti 2,2 dana.

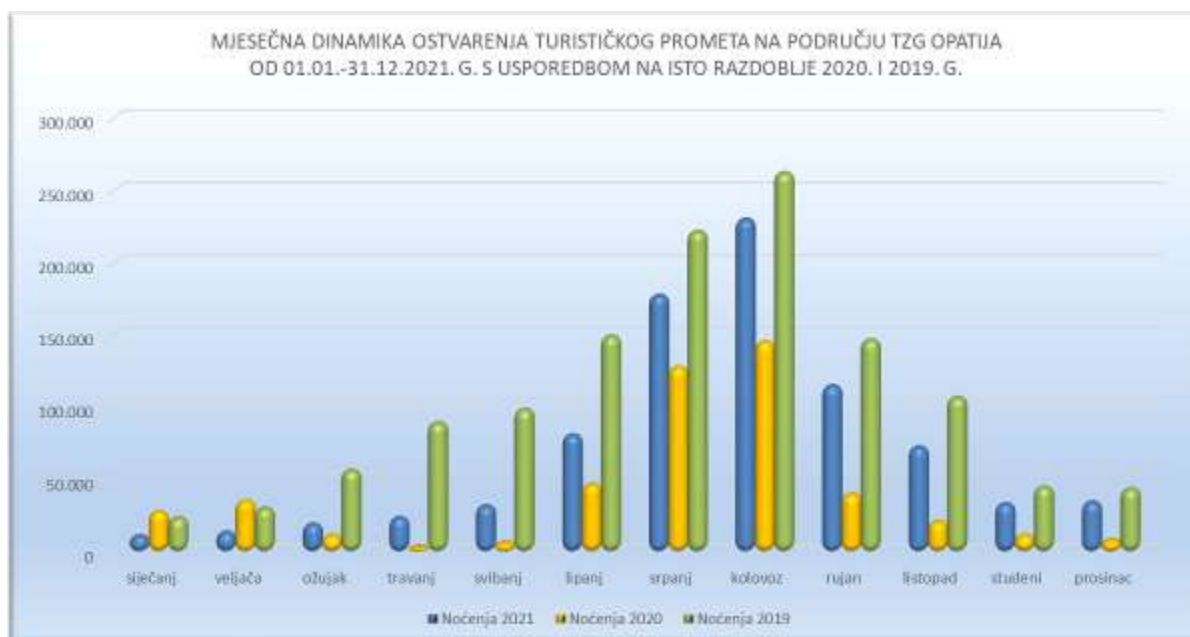
Prosječan broj dana boravka

Prosječan broj dana boravka	Strani	Domaći	Ukupno
01.01.- 31.12.2021.	4,2	2,2	3,6
01.01.- 31.12.2020.	4,2	2,4	3,6
01.01.- 31.12.2019.	3,2	2,3	3,0

U 2021. godini, prema mjesečnoj dinamici ostvarenja turističkog prometa, od ukupnog broja noćenja koja iznose 848.508 noćenja, očekivano, pad broja noćenja ostvaren je tijekom mjeseca siječnja (indeks 41) i veljače (indeks 40), dok su ostali mjeseci bilježili redom povećanje broja noćenja, i to kako slijedi: ožujak 65%, travanj 521%, svibanj 369%, lipanj 73%, srpanj 39%, kolovoz 58%, rujanj 185%, listopad 240%, studeni 180%, te prosinac 300% više u odnosu na 2020. godinu.

MJESEČNA DINAMIKA OSTVARENJA TURISTIČKOG PROMETA NA PODRUČJU TZG OPATIJA OD 01.01.-31.12.2021. G. S USPOREDBOM NA ISTO RAZDOBLJE 2020. I 2019. G.

Mjesec	2021.			2020.					2019.				
	Dolasci	Noćenja	Udio u noćenjima	Dolasci	Noćenja	Udio u noćenjima	Index dolasci 21/20	Index noćenja 21/20	Dolasci	Noćenja	Udio u noćenjima	Index dolasci 21/19	Index noćenja 21/19
siječanj	Domaći	4.227	9.045	5.346	10.642		79	85	3.517	8.432		120	107
	Strani	560	2.626	6.825	17.666		8	15	6.137	15.616		9	17
	Ukupno	4.787	11.671	1,38	12.171	28.308	5,77	39	41	9.654	24.048	1,88	50
veljača	Domaći	6.034	11.341	7.447	15.160		81	75	5.808	13.015		104	87
	Strani	984	2.835	9.338	20.631		11	14	8.702	17.621		11	16
	Ukupno	7.018	14.176	1,67	16.785	35.791	7,30	42	40	14.510	30.636	2,40	48
ožujak	Domaći	5.888	11.294	1.558	4.021		378	281	7.277	15.781		81	72
	Strani	2.329	8.393	2.767	7.886		84	106	18.199	40.971		13	20
	Ukupno	8.217	19.687	2,32	4.325	11.907	2,43	190	165	25.476	56.752	4,44	32
travanj	Domaći	4.451	9.278	130	2.227		3424	417	5.689	14.183		78	65
	Strani	2.749	14.929	30	1.671		9163	893	30.165	75.483		9	20
	Ukupno	7.200	24.207	2,85	160	3.898	0,79	4500	621	35.854	89.666	7,02	20
svibanj	Domaći	5.103	11.927	1.381	4.340		370	275	6.604	14.476		77	82
	Strani	5.497	20.465	619	2.562		888	799	33.038	84.326		17	24
	Ukupno	10.600	32.392	3,82	2.000	6.902	1,41	530	469	39.642	98.802	7,74	27
lipanj	Domaći	8.260	19.347	3.827	9.358		216	207	5.973	14.272		138	136
	Strani	16.895	61.996	10.997	37.742		154	164	42.818	135.299		39	46
	Ukupno	25.155	81.343	9,59	14.824	47.100	9,60	170	173	48.791	149.571	11,71	52
srpanj	Domaći	4.963	14.923	3.377	10.824		147	138	3.315	10.286		150	145
	Strani	36.673	162.857	24.663	117.476		149	139	50.466	211.648		73	77
	Ukupno	41.636	177.780	20,95	28.040	128.300	26,16	148	139	53.781	221.934	17,38	77
kolovoz	Domaći	3.830	14.454	4.631	16.669		83	87	3.731	12.784		103	113
	Strani	41.927	215.906	25.282	128.942		166	167	59.170	249.691		71	86
	Ukupno	45.757	230.360	27,15	29.913	145.611	29,69	153	158	62.901	262.475	20,55	73
rujan	Domaći	5.939	13.061	4.749	11.263		125	116	4.431	9.587		134	136
	Strani	24.919	102.208	5.481	29.127		455	351	43.217	137.342		58	74
	Ukupno	30.858	115.269	13,58	10.230	40.390	8,24	302	285	47.648	146.929	11,50	65
listopad	Domaći	7.270	14.748	4.809	9.949		151	148	6.945	13.105		105	113
	Strani	18.952	58.244	3.417	11.505		555	506	39.288	94.101		48	62
	Ukupno	26.222	72.992	8,60	8.226	21.454	4,37	319	340	46.233	107.206	8,39	57
studen	Domaći	7.104	14.510	3.410	6.674		208	217	6.787	13.199		105	110
	Strani	6.634	19.212	1.614	5.368		411	358	13.212	31.985		50	60
	Ukupno	13.738	33.722	3,97	5.024	12.042	2,46	273	280	19.999	45.184	3,54	69
prosinac	Domaći	8.500	14.787	2.947	5.653		288	262	4.801	10.028		177	147
	Strani	7.905	20.122	652	3.084		1212	652	13.311	33.979		59	59
	Ukupno	16.405	34.909	4,11	3.599	8.737	1,78	456	400	18.112	44.007	3,45	91
Ukupno	237.593	848.508	100,00	135.297	490.440	100,00	176	173	422.601	1.277.210	100,00	56	66



Promatrajući turistički promet na Kvarneru po mjesecima, Opatija je ostvarila odlične rezultate te bila prva na Kvarneru po ostvarenim noćenjima tijekom siječnja, veljače, ožujka, travnja, listopada, studenog i prosinca 2021. godine, čime je Opatija ponovno potvrdila svoj status atraktivne cjelogodišnje turističke destinacije.

Na razini turističkog prometa Hrvatske, Opatija je u prosincu bila druga najuspješnija destinacija u Hrvatskoj, nakon Zagreba, dok je u hotelskom smještaju Opatija pozicionirana među top 5 destinacija tijekom siječnja, veljače, ožujka, travnja, svibnja, lipnja, listopada i studenog.



Rezultati prema destinacijama

„Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu (mjereno noćenjima) u prosincu 2021. (komercijalni i nekomercijalni promet):

Destinacija	Noćenja
Zagreb	160.599
Opatija	35.509
Split	35.156
Dubrovnik	25.582
Rovinj	22.240
Rijeka	19.013
Poreč	18.511
Zadar	18.231
Mali Lošinj	11.776
Pula	11.443

Izvori: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

U ukupnom turističkom prometu tijekom 2021. g. dominiraju gosti iz Njemačke s udjelom u ostvarenim noćenjima od 23%. Slijede domaći gosti s udjelom od 19%, te gosti iz Austrije s udjelom od 17%.

Najveći broj noćenja ostvarili su tradicionalno gosti iz Njemačke (195.469 noćenja i povećanje od 69% u odnosu na proteklu godinu, te 89% ostvarenog turističkog prometa iz 2019. godine), te domaći gosti s 158.715 noćenja (povećanje broja noćenja od 49% u odnosu na proteklu godinu i 6% više noćenja u odnosu na 2019. godinu). Slijede ih gosti iz Austrije sa 146.224 noćenja (172% povećanja i 64% ostvarenog turističkog prometa iz 2019. godine), te gosti iz Mađarske s ostvarenih 47.120 noćenja (91% povećanje u odnosu na 2020. g.). Najveće povećanje u broju noćenja u odnosu na 2020. g. zabilježili su gosti iz SAD-a (428%), Nizozemske (234%) i Rusije (187%).

**OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZG OPATIJA PREMA ZEMLJAMA PORIJEKLA
OD 01.01.- 31.12.2021. G. TE USPOREDBA S 2020. I 2019. G.**

RB	Zemlje	DOLASCI					NOĆENJA							
		2021.	2020.	2019	Indeks 21/20	Index 21/19	2021.	Udio 2021.	2020.	Udio 2020.	2019.	Udio 2019.	Indeks 21/20	Index 21/19
1	Njemačka	36.182	20.121	44.874	180	81	195.469	23	115.776	24	218.683	17	169	89
2	Hrvatska	71.569	43.612	64.878	164	110	158.715	19	106.780	22	149.148	12	149	106
3	Austrija	38.668	13.817	65.024	280	59	146.224	17	53.709	11	229.258	18	272	64
4	Mađarska	11.937	6.405	19.528	186	61	47.120	6	24.653	5	71.189	6	191	66
5	Slovenija	11.689	10.166	23.974	115	49	29.862	4	27.689	6	54.480	4	108	55
6	Italija	10.535	7.945	30.006	133	35	28.057	3	20.537	4	78.675	6	137	36
7	Poljska	4.887	4.137	5.230	118	93	27.161	3	21.218	4	26.517	2	128	102
8	SAD	4.702	941	17.726	500	27	22.780	3	4.311	1	41.568	3	528	55
9	Srbija	5.210	3.095	5.974	168	87	22.634	3	15.612	3	22.575	2	145	100
10	Rusija	3.444	1.009	3.547	341	97	18.713	2	6.528	1	21.955	2	287	85
11	Češka	3.763	2.983	2.634	126	143	17.141	2	13.264	3	10.724	1	129	160
12	Švicarska	5.186	2.386	6.802	217	76	15.594	2	8.995	2	19.302	2	173	81
13	Slovačka	3.497	2.235	4.477	156	78	15.066	2	9.068	2	18.079	1	166	83
14	Bosna i Hercegovina	3.542	2.461	5.620	144	63	14.222	2	10.799	2	19.799	2	132	72
15	Nizozemska	3.148	1.000	6.768	315	47	14.035	2	4.200	1	32.117	3	334	44
16	Francuska	3.059	1.380	7.621	222	40	8.971	1	4.052	1	21.281	2	221	42
17	Ukrajina	1.701	1.035	2.331	164	73	8.529	1	4.865	1	11.345	1	175	75
18	Belgija	1.893	1.193	3.406	159	56	7.630	1	5.553	1	14.304	1	137	53
19	Ujedinjena Kraljevina	1.440	775	7.292	186	20	7.324	1	3.295	1	34.097	3	222	21
20	Rumunjska	1.528	1.287	2.315	119	66	6.236	1	5.471	1	8.658	1	114	72
21	Danska	897	414	1.620	217	55	4.402	1	2.252	0	6.566	1	195	67
22	Švedska	958	477	3.261	201	29	3.718	0	1.875	0	13.291	1	198	28
	ostali	8.158	6.423	87.693	127	9	28.905	3	19.938	4	153.599	12	145	19
	Ukupno	237.593	135.297	422.601	176	56	848.508	100	490.440	100	1.277.210	100	173	66



Prema broju noćenja, sa 65% dominira hotelski smještaj (551.307 noćenja), dok je u privatnom smještaju ostvareno 32% ukupnih noćenja (274.780 noćenja). Preostalih 3% odnosi se na nekomercijalne objekte. U 30 otvorenih opatijskih hotela ostvareno je 99% više noćenja u odnosu na isto razdoblje u 2020. g., te 60% turističkog prometa 2019. godine. U privatnom smještaju bilježi se povećanje broja noćenja od 47% u odnosu na prošlu godinu te 81% turističkog prometa 2019. godine. Gosti su u hotelskom smještaju boravili prosječno 3 dana, dok su u privatnom smještaju prosječno boravili 5 dana.

**TURISTIČKI PROMET PREMA VRSTI SMJEŠTAJA I PROSJEČNOM BROJU DANA BORAVKA TURISTA
OD 01.01.-31.12.2021. G. I USPOREDBA S 2020. I 2019. G.**

Vrsta smještaja	Dolasci			Indeksi		Noćenja					Indeksi	
	Dolasci 2021.	Dolasci 2020.	Dolasci 2019.	Indeks dolazaka 21/20	Indeks dolazaka 21/19	Noćenja 2021.	Noćenja 2020.	Noćenja 2019.	Udio u ukupnim noćenjima 2021	Prosječan broj dana boravka 2021	Indeks noćenja 21/20	Indeks noćenja 21/19
Hoteli	184.582	101.459	352.372	182	52	551.307	276.889	911.430	65	3	199	60
Obiteljski smještaj	51.607	32.574	68.453	158	75	274.780	186.379	337.272	32	5	147	81
Vikendaši	617	633	756	97	82	10.907	15.186	15.534	1	18	72	70
Ostali nekomercijalni	787	631	1.020	125	77	11.514	11.986	12.974	2	15	96	89
UKUPNO:	237.593	135.297	422.601	176	56	848.508	490.440	1.277.210	100	4	173	66



Promatrajući kretanje turističkog prometa prema dobnim skupinama gostiju na području TZG Opatija u 2021. g. najveći broj noćenja (159.118 noćenja) ostvarili su gosti od 41 do 50 godina (udio od 19%), te gosti od 51 do 60 godina sa 150.781 ostvarenim noćenjem (udio od 18%). Slijede gosti u dobnj skupini od 19 do 30 godina sa 143.607 ostvarenih noćenja (udio od 17%). Gosti u dobnj skupini od preko 60 godina ostvarili su 141.802 noćenja, dok su gosti u dobi od 31 do 40 godina ostvarili 138.364 noćenja. U svim dobnim skupinama ostvareno je povećanje u broju noćenja u odnosu na isto razdoblje protekle godine.

**OSTVARENA NOĆENJA NA PODRUČJU TZG OPATIJA PREMA DOBNIM SKUPINAMA OD 01.01.-
31.12.2021. G. I USPOREDBA S 2020. I 2019. G.**

Dobna skupina	Noćenja 2021.	Udjel	Noćenja 2020.	Udjel	Indeks 21/20	Noćenja 2019.	Udjel	Indeks 21/19
0 do 12 godina	66.670	8	47.805	10	139	82.009	6	81
13 do 18 godina	48.166	6	26.979	6	179	58.355	5	83
19 do 30 godina	143.607	17	87.320	18	164	150.044	12	96
31 do 40 godina	138.364	16	88.317	18	157	164.633	13	84
41 do 50 godina	159.118	19	98.748	20	161	215.899	17	74
51 do 60 godina	150.781	18	79.935	16	189	248.673	19	61
preko 60 godina	141.802	17	61.336	13	231	357.597	28	40
Ukupno	848.508	100	490.440	100	173	1.277.210	100	66



2. SMJEŠTAJNI KAPACITETI NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA

Ukupni komercijalni smještajni kapaciteti na području TZ grada Opatija dosežu brojku od 9.743 kreveta. Od toga, 5.139 kreveta pripada hotelskom smještaju (53%) dok 4.604 kreveta pripadaju obiteljskom smještaju (47%).

U privatnom smještaju zabilježen je porast kapaciteta (kreveta) u smještaju kategoriziranom s 5 zvjezdica i to za 20% u odnosu na 2020. godinu te za 30% u odnosu na 2019 godinu.

PREGLED UKUPNIH SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U OPATIJI U 2021. GODINI I USPOREDBA S 2020. I 2019. GODINOM								
Smještajni kapaciteti								
Smještajni kapaciteti	2021		2020		2019		Indeks	
Hoteli	broj hotela	broj kreveta	broj hotela	broj kreveta	broj hotela	broj kreveta	index broj kreveta 21/20	Index broj kreveta 21/19
5 zvjezdica	7	922	7	922	7	922	100	100
4 zvjezdice	18	3.374	18	3.374	18	3.474	100	97
3 zvjezdice	5	715	5	715	5	615	100	116
Pansion standard	1	18	1	18	1	18	100	100
Integralni hotel	0	0	0	0	1	12	0	0
Lječilište	1	110	1	110	1	110	100	100
Ukupno	32	5.139	32	5.139	33	5.151	100	100
Smještajni kapaciteti	2021		2020		2019		Indeks	
Obiteljski smještaj	broj objekata	broj kreveta	broj objekata	broj kreveta	broj objekata	broj kreveta	Index broj kreveta 21/20	index broj kreveta 21/19
5 zvjezdica	116	635	92	529	83	487	120	130
4 zvjezdice	410	1.614	382	1.549	396	1.590	104	102
3 zvjezdice	530	2.114	534	2.220	577	2.337	95	90
2 zvjezdice	45	209	55	239	239	274	87	76
1 zvjezdica	8	32	8	32	8	32	100	100
Ukupno kuće, apt., sobe,	1.109	4.604	1.071	4.569	1.303	4.720	101	98
SVEUKUPNO	1.141	9.743	1.103	9.708	1.336	9.871	100	99
Ukupno vikend i nekom.	853	4.510	799	4.229	670	3.566	107	126
Ukupno komercijalno i nekomercijalno	1.994	14.253	1.902	13.937	2.006	13.437	102	106

**PREGLED UKUPNIH HOTELSKIH SMJEŠTAJNIH KAPACITETA
U OPATIJI U 2021. GODINI I USPOREDBA S 2020. I 2019. GODINOM**

Kategorija	Objekt Naziv	2021		2020		2019	
		Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta
5	BEVANDA	10	19	10	19	10	19
5	IKADOR	16	32	16	32	16	32
5	SVETI JAKOV	25	50	25	50	25	50
5	MILENIJ	96	189	96	189	96	189
5	MOZART	29	58	29	58	29	58
5	NAVIS	44	88	44	88	44	88
5	HOTEL AMBASADOR	243	486	243	486	243	486
		463	922	463	922	463	922
4	ADMIRAL	200	369	200	369	200	369
4	AGAVA	76	142	76	142	76	142
4	ASTORIA	51	87	51	87	51	87
4	BRISTOL	78	154	78	154	78	154
4	DOMINO	19	35	19	35	19	35
4	GRAND HOTEL ADRIATIC	315	548	315	548	315	548
4	HERITAGE HOTEL IMPERIAL	121	221	121	221	121	221
4	HOTEL KVARNER, VILLA AMALIA	82	164	82	164	82	164
4	HOTEL PALACE, VILLA ABBAZIA	221	437	221	437	221	437
4	Mali Raj	15	34	15	34	15	34
4	MIRAMAR, Opatija	107	223	107	223	107	223
4	PARIS	90	175	90	175	90	175
4	HOTEL KRISTAL	130	227	130	227	130	227
4	ROYAL	54	108	54	108	54	108
4	SAVOY	32	58	32	58	32	58
4	VILLA SCHUBERT	17	39	17	39	17	39
4	MILENIJ 4 OP CVIJETA	149	303	149	303	202	403
4	VILLA KAPETANOVIĆ	24	50	24	50	24	50
		1.781	3.374	1.781	3.374	1.834	3.474
3	GALEB	26	52	26	52	26	52
3	GARDENIJA	127	237	127	237	74	137
3	ISTRA	168	319	168	319	168	319
3	LUNGOMARE	49	89	49	89	49	89
3	VILLA ARISTON	10	18	10	18	10	18
		380	715	380	715	327	615
ostalo	Thalassotherapia Opatija	62	110	62	110	62	110
	AH DESIGN APARTMENTS Integ.	0	0	0	0	6	12
	Pansion standard Učka	9	18	9	18	9	18
		71	128	71	128	77	140
Sveukupno		2.695	5.139	2.695	5.139	2.701	5.151

Prema ukupnim kapacitetima u hotelskom smještaju, hoteli s 5 zvjezdica raspolažu s ukupno 922 kreveta (18% udjela u ukupnim hotelskim smještajnim kapacitetima), hoteli kategorizirani s 4 zvjezdice raspolažu s 3.374 kreveta (66% ukupnih hotelskih smještajnih kapaciteteta), a hoteli s 3 zvjezdice raspolažu sa 715 kreveta (14% ukupnih hotelskih smještajnih kapaciteta).

B. IZVJEŠĆE O RADU SKUPŠTINE TZ GRADA OPATIJA U 2021. GODINI

U 2021. godini Skupština TZ grada Opatija održala je 4 sjednice.

3. (elektronska) sjednica Skupštine TZ grada Opatija održana je 1. travnja

Na sjednici je odlučeno kako slijedi:

- razrješeni dosadašnji članovi Skupštine TZ grada Opatija: gđa Marina Žic, gđin Ozren Tomac, gđa Maša Stanić i gđin Radovan Lazić te je potvrđen mandat novim članovima Skupštine TZ grada Opatija: gđinu Arnu Sroku, gđi Desanki Juraga i gđinu Siniši Dukiću;
- gđin Agron Beriša razrješen je dužnosti člana Turističkog vijeća TZ grada Opatija i dužnosti predstavnika TZ grada Opatija u Skupštini TZ Kvarnera;
- novim članom Turističkog vijeća TZ grada Opatija i predstavnikom TZ grada Opatija u Skupštini TZ Kvarnera imenovan je gđin Vladimir Bošnjak, predsjednik Uprave Liburnia Riviera Hoteli d.d. Opatija;
- usvojen je zapisnik s 2. sjednice Skupštine TZ grada Opatija;
- usvojene su 3. izmjene Programa rada i financijskog plana TZ grada Opatija za 2020. g. s ukupnim prihodima u iznosu od 5.360.338,15 kn i rashodima u iznosu od 4.035.152,27 kn. Namjenski prijenos u 2021. g. iznosi 1.325.185,88 kn;
- usvojeno je Izvješće o izvršenju Programa rada i Financijsko izvješće TZ grada Opatija za 2020. g.;
- usvojeno je Izvješće o obavljenom nadzoru TZ grada Opatija za 2020. g. od strane revizorskog društva Eking d.o.o.;
- izvješće o samoprocjeni TZ grada Opatija za 2020. g. primljeno je na znanje;
- usvojene su 1. izmjene Programa rada s financijskim planom TZ grada Opatija za 2021. g. s ukupno planiranim prihodima i rashodima u iznosu od 5.424.719,23 kn. Prema potrebi, a u skladu s aktualnom situacijom i financijskim priljevom, tijekom godine ponovno će se pristupiti izmjeni Programa rada i financijskog plana TZ grada Opatija za 2021. godinu.

4. (elektronska) sjednica Skupštine TZ grada Opatija održana je od 22. - 29. travnja

Na sjednici je odlučeno kako slijedi:

- usvojen zapisnik s 3. sjednice Skupštine TZ grada Opatija;
- gđin Vladimir Bošnjak razrješen dužnosti predstavnika TZ grada Opatija u Skupštini TZ Kvarnera te je novom predstavnicom TZ grada Opatija u Skupštini TZ Kvarnera imenovana gđa Barbara Mesić.

5. (elektronska) sjednica Skupštine TZ grada Opatija održana je od 02. – 09. rujna

Na sjednici je odlučeno kako slijedi:

- usvojen zapisnik s 4. sjednice Skupštine TZ grada Opatija;
- gđin Vladimir Bošnjak razrješen je dužnosti člana Turističkog vijeća TZ grada Opatija te je novom članicom Turističkog vijeća TZ grada Opatija imenovana gđa Barbara Mesić.

6. sjednica Skupštine TZ grada Opatija održana je 23. prosinca

Na sjednici je odlučeno kako slijedi:

- razrješeni dosadašnji članovi Skupštine TZ grada Opatija gđa Sandra de Jong i gđa Desanka Juraga te je potvrđen mandat novim članovima Skupštine TZ grada Opatija gđi Tini Nahmijas i gđinu Damiru Krameru;
- gđa Barbara Mesić razrješena je dužnosti članice Turističkog vijeća TZ grada Opatija te je novim članom Turističkog vijeća TZ grada Opatija imenovan gđin Igor Nekić;
- gđa Barbara Mesić razrješena je dužnosti predstavnice TZ grada Opatija u Skupštini TZ Kvarnera te je novom predstavnicom TZ grada Opatija u Skupštini TZ Kvarnera imenovana gđa Sandra Posavec;
- usvojen je zapisnik s 5. sjednice Skupštine TZ grada Opatija;
- članovi skupštine primili su na znanje informaciju o obavljenom nadzoru Ministarstva turizma i sporta nad radom TZ grada Opatija za 2021. g. U izvješću Ministarstva turizma i sporta je navedeno da su dokumentacija i izvješća TZ grada Opatija u skladu sa zakonskom regulativom i ostalim pozitivnim propisima RH;
- usvojeno je Financijsko izvješće TZ grada Opatija za razdoblje siječanj-listopad 2021. s očekivanjem do konca godine;
- usvojene su 2. izmjene Programa rada i financijskog plana TZ grada Opatija za 2021. g. s ukupnim prihodima u iznosu od 6.310.541,35 kn i rashodima u iznosu od 5.192.850,56 kn. Namjenski prijenos u 2022. g. iznosi 1.117.690,79 kn
- usvojen je Program rada i financijski plan TZ grada Opatija za 2022. g. s ukupnim prihodima i rashodima u iznosu od 6.768.773,29 kn;
- donesena je Odluka da se obavljanje stručnog nadzora nad radom TZ grada Opatija za 2021. g. povjeri tvrtki Eking d.o.o. iz Rijeke.

C. AKTIVNOSTI TZ GRADA OPATIJA U 2021. GODINI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

Izrađena je analiza razvoja / otpornosti turizma Opatije u razdoblju 2011.-2020. g. uz:

- presjek gospodarstva grada Opatije;
- usporedbu po granama gospodarstva - sektorima (primarni, sekundarni, tercijarni, kvartarni);
- pojedinačnu analizu djelatnosti (po jedna ili dvije najvažnije unutar svake grane) s naglaskom na ključne dionike;
- posebno glavno poglavlje vezano za tercijarni sektor (analiza rezultata za 4 ključne turističke djelatnosti);
- značaj financijskih trendova za turizam (zaključak - perspektiva razvoja destinacije);
- oporavak turističkih djelatnosti od posljedica pandemije.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

2.1.1. PROJEKT FEEL&TASTE – RIVIERA4SEASONS

Autohtoni proizvodi opatijskog zaleđa sve su više uključeni u lokalnu turističku ponudu zahvaljujući projektu „Feel&Taste“ iz programa Interreg VA Slovenija-Hrvatska, koji je povezo Opatiju i Portorož u zajedničku turističku destinaciju. Tijekom razvoja projekta TZ grada Opatija osmislila je itinerare koji povezuju prirodne ljepote, sportske aktivnosti i domaće proizvode prvenstveno malih obiteljskih gospodarstava. U skladu s nazivom projekta itinerari pružaju posjetiteljima mogućnost da na najbolji način osjete i okuse jedinstvene doživljaje što ih pruža Opatija. Naglasak suvremenog turističkog proizvoda danas je upravo u doživljaju, u predstavljanju onoga što neku destinaciju čini jedinstvenom. Zato je ova priča i osmišljena tako da pruži autentično, lokalno iskustvo, prožeto tradicijom, poviješću, baštinom i namirnicama ovog kraja. Turisti na taj način mogu osjetiti pravi život lokalne zajednice te u kući domaćina kušati i kupiti domaće proizvode. Želja je bila proširiti turistički proizvod i na zaleđe Opatije, kako bi se dodatno valoriziralo ogromno bogatstvo i potencijal te pružila mogućnost turistima da s domaćinima sjednu u njegovu konobu, kušaju njihovo vino, med ili maslinovo ulje te dožive izvorno i autentično iskustvo.

U 2021. g. nastavljena je daljnja suradnja TZ grada Opatija i TZ Portorož na razvoju projekta i izrađen je Poslovnik o radu Odbora Feel&Taste. TZ grada Opatija je pozvala na uključenje u projekt i ostale turističke zajednice Opatijske rivijere, pa su u lipnju predstavnici Odbora Feel&Taste obišli zainteresirane nove ponuđače na području Moščeničke Drage i Matulja.

Nositelji oznake kvalitete Feel&Taste sudjelovali su ove godine na Marunadi Dobreć, koja je ove godine bila u znaku Feel&Taste-a. Nadalje, dio programa Adventa na mrkate – Opatijsko za pod bor predstavio je ponudu proizvoda Feel&Taste.

Također, relizirane su aktivnosti promocije projekta Feel&Taste i uključenih ponuđača, suradnja s agencijama na povezivanju turističkog proizvoda u pakete te web promocija na portalima www.feel-taste.info i www.visitOpatija.com, kao i na ostalim promocijskim kanalima TZ grada Opatija.

2.1.1.1. IZRADA BROŠURE FEEL & TASTE

Za novo izdanje brošure Feel&Taste formata A5 izrađena je grafička priprema za tisak. U brošuri su predstavljeni svi ponuđači koji sudjeluju u projektu, s kratkim opisom, kontakt podacima, fotografijama i ključnim proizvodima u ponudi. Brošura sadrži i kartu Opatijske rivijere s lokacijama svih ponuđača uključenih u projekt, kao i itinerare - prijedloge gostima za kreiranje vlastitog doživljaja u destinaciji. Tisak brošure planiran je za početak 2022. godine.

2.1.1.2. SKAL KLUB KVARNER – KVARNER'S BEST KEPT SECRETS: FEEL&TASTE

U svom djelovanju, koje se temelji na krilatici „Doing business among friends“, Skål klub Kvarner organizira za svoje članove posjete i prezentacije novih turističkih kapaciteta i proizvoda „Kvarner's best kept secrets“ gdje članovi kluba posjećuju i upoznaju kulturnu i prirodnu baštinu Kvarnera. Članovima Skal Kluba Kvarner je dana 11. lipnja predstavljen turistički proizvod Feel&Taste. Događanje je organizirano uz potporu TZ grada Opatija i Grada Opatije. Sudionicima programa organizirane su sljedeće aktivnosti: nordijsko hodanje u PP Učka, posjet novootvorenom Centru za posjetitelje na Poklonu, razgled Veprinca i etno zbirke te posjet OPG-u Rumac, jednom od ponuđača u projektu „Feel & taste“.

Cijeli program je sniman te je izrađen promo film kojim se ovaj turistički proizvod i doživljaj predstavio članovima Skal Kluba International na više od 100 inozemnih tržišta. Sudionike programa pozdravili su gradonačelnik i direktorica TZ grada Opatija.



2.1.2. PROJEKT POVIJESNE STAZE I ŠETNICE

Lungomare (šetnica Franza Josepha 1.) je u 2021. g. obilježio veliki jubilej, 110 godina od završetka izgradnje. Davne 1911. g. dovršena je izgradnja obalnog šetališta koja povezuje mjesta na Opatijskoj rivijeri. Obalno šetalište Franje Josipa I. gradilo se u etapama. Prva etapa građena je od 1885. do 1889. godine, a posljednja, ona do Lovrana, završena je 1911. godine. Tako je Lungomare postao jedan od glavnih simbola Opatije i Opatijske rivijere. Upravo je to bio povod za planiranje niza aktivnosti TZ grada Opatija s ciljem promoviranja Lungomara, koji obilježava sklad austrougarske arhitekture u spoju sa stjenovitom opatijskom obalom i prekrasnim pogledom na more.

Prva faza projekta započeta je u 2020. godini te je realizirana kroz novu mapu Lungomara čime su šetnje Opatijaca i gostiju Opatije, dobile jednu sasvim novu dimenziju. Zahvaljujući novoj, originalnoj i drukčijoj mapi obalnog šetališta koju je izradila TZ grada Opatija u suradnji sa Studiom Grozić, evociraju se slavna povijesna vremena, a posjetiteljima se prikazuje sva posebnost šetnice koja se proteže obalom od Voloskog do Lovrana, kao i bogatstvo i raznolikost povijesnih i turističkih znamenitosti nanizanih uz Lungomare.

Nova mapa Lungomare predstavljena je na konferenciji za medije koja se održala 12. ožujka 2021., nakon čega je distribuirana svim dionicima u destinaciji.



Nakon izrade nove mape Lungomara, kao nastavak aktivnosti na projektu, na Slatini je postavljen i novi plan grada ukomponiran s mapom Lungomara.



Kako bi dodatno promovirali jedan od glavnih opatijskih aduta – šetalište Lungomare, tijekom lipnja i srpnja provodile su se aktivnosti na izradi novog plana grada Opatije baziranog na mapi Lungomara. Radi se o promotivnom materijalu za široku distribuciju koji uz centar grada i Lungomare predstavlja i najznačajnije turističke proizvode: gastronomiju, outdoor, wellness, Feel&taste, RetrOpatiju i Advent. Novi plan grada tiskan je krajem srpnja te je distribuiran direktno u hotelske kuće i u Turistički informativni centar putem kojeg se distribuirao posjetiteljima i gostima Opatije.

Slijedeća faza predviđala je postavljanje mape Lungomara na 9 lokacija duž šetnice s oznakama mjesta na kojem se šetač nalazi (you are here). Djelatnici TZ grada Opatija su zajedno s predstavnicima stručne službe Grada Opatija obišli sve lokacije te pripremili materijale za dobivanje dozvole za postavljanje. Mape su trebale biti dimenzija 190 x 40 cm te postavljene horizontalno radi lakšeg snalaženja u prostoru. Grad Opatija je uputio službeni dopis prema Konzervatorskom odjelu Uprave za zaštitu kulturne baštine od kojeg je u srpnju 2021. godine zaprimljena odbijenica za provođenjem navedenog projekta nakon, od kojeg se potom odustalo.

Izrađena je digitalna interaktivna verzija mape Lungomara putem koje će posjetitelji web stranice TZ grada Opatija moći iz svakog kutka svijeta klikom na pojedinu znamenitost dobiti o istoj više informacija uz fotografije. Interaktivna digitalna mapa Lungomara postavljena je na web adresi www.lungomare-opatija.eu.

2.1.3. OPATIJA – OAZA ZDRAVLJA I WELLNESSA

Projekt „Opatija – oaza zdravlja i wellnessa“ je u 2021. godini proširen na razdoblje od početka ožujka do kraja svibnja i od sredine rujna do sredine prosinca. U sklopu programa gostima i lokalnom stanovništvu ponuđena su besplatna vođena nordijska hodanja svake subote sa startom u 10 sati ispred Ville Angioline. Nordijska hodanja su realizirana u suradnji s Klubom sportske rekreacije Gorovo i njihovim licenciranim vodičima uz osigurane štapove za nordijsko

hodanje. Održano je ukupno 27 vođenja, na kojima je sudjelovalo cca 30 sudionika po vođenju. Programi nordijskog hodanja su promovirani i kao post-Covid programi putem Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera.

U ožujku je održan i online projekt poznatog kondicijskog trenera Marija Mlinarića „Opatija – Lifestyle challenge“ u suradnji s TZ grada Opatija. Tijekom deset dana trajanja, Mlinarić je javnosti ponudio besplatan program edukacije o zdravom i aktivnom načinu života. S ciljem poticanja pratitelja na zdraviji i aktivniji način života predstavljen je video-prilog vježbi istezanja, zagrijavanja te rekreacije u prirodi, snimane na različitim atraktivnim lokacijama u Opatiji.

Kao i svake godine projektu su se pridružili wellness centri i hotelske kuće, koji su tijekom trajanja projekta putem web stranice www.visitOpatija.com ponudili bogati izbor posebnih ponuda i aranžmana.

Planirana trail utrka Noćna Rika „Carmen Sylva“ zbog epidemioloških mjera i ograničenja okupljanja nije semogla realizirati.

U sklopu projekta „Opatija – oaza zdravlja i wellnessa“ tijekom lipnja, srpnja i kolovoza 2021. g. na lokacijama od Voloskog do Ičića održane su 4 međunarodne utrke Sportsko rekreacijskog kluba „Sup Team Volosko-Opatija-Preluk“ uz potporu TZG Opatija.

U rujnu je nastavljen program nordijskog hodanja, koje se održavalo svake subote od 18. rujna do 18. prosinca. Jesenski program nordijskog hodanja započeo je obilježavanjem manifestacije World Wellness Weekend, te je uvršten u globalni program događanja manifestacije koja se održavala na 2.000 lokacija u 982 grada diljem svijeta.

Višegodišnje ulaganje u razvoja ovog turističkog proizvoda, koji je fokusiran na zdravlje i aktivnosti u prirodi, donijelo je TZ grada Opatija prestižnu titulu **Wellness Championa za 2021.** g. koju dodjeljuje World Wellness Weekend (više pod 2.2.3. Nagrade i priznanja).



Realizirane promotivne aktivnosti:

- izrađen vizual projekta;
- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com – „Opatija - oaza zdravlja i wellnessa“ s informacijama o paket aranžmanima hotelskih kuća i wellness centara;
- press priopćenja projekta;
- redovita tjedna najava rute hodanja prema medijima i hotelskim kućama.

2.2. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

Manifestacije čine jedan od najvažnijih elemenata u kreiranju vrijednosti destinacije i sve više postaju glavnim motivom dolazaka gostiju u destinaciju.

2.2.1. KULTURNO-ZABAVNE MANIFESTACIJE U ORGANIZACIJI TZ GRADA OPATIJA

2.2.1.1. OPATIJA ADVENT 2020/21 I OPATIJA ADVENT 2021/22

OPATIJA ADVENT 2020/21

Prigodna dekoracija bila je postavljena do kraja školskih praznika, odnosno 17. siječnja 2021. nakon čega su djelatnici TZ grada Opatija uz pomoć vanjskih suradnika pristupili demontaži i skladištenju dekorativnih elemenata. Uz osmišljavanje, organizaciju i realizaciju manifestacije, tijekom trajanja događanja djelatnici TZ grada Opatija svakodnevno na bili prisutni na terenu, dežurali i vodili računa o postojanosti svih dekorativnih elemenata te bili zaduženi za popravke.

Zahvaljujući Adventu, Opatija je u siječnju 2021. godine bila najposjećenija destinacija na Kvarneru i jedna od najtraženijih u Hrvatskoj, a uz brojne posjetitelje, još je veći broj ljudi u Najljepšem Adventu uz more uživao virtualno putem Adventske virtualne šetnje 360. Čarolija Najljepšeg Adventa uz more zabilježena je na tisućama fotografija i video-snimaka koje su obišle cijelu Hrvatsku i svijet. Najljepši Advent uz more je temelj na kojem se gradi budućnost Opatije kao popularne zimske destinacije, što je i u skladu s njenom turističkom tradicijom. Grad postaje jedno od najvažnijih adventskih odredišta u ovom dijelu Europe, a ovogodišnje izdanje opatijskog Adventa, sve pozitivne kritike, tople riječi posjetitelja i medijski odjek najbolja su preporuka za buduće goste. Advent je bio vrhunac kampanje koja se tijekom čitave godine provodila na digitalnim platformama, stvarajući čvrste veze s vjernim i budućim posjetiteljima, a ujedno je označio i početak promotivnih aktivnosti za 2021. godinu.

Opatijski Advent dobio svjetsku potvrdu kvalitete: Uvršten u katalog Light Magazine

Jedan od vodećih svjetskih proizvođača svjetlosnih dekoracija Blachere Illumination uvrstio je fotografiju Opatije u blagdanskome ruhu u svoj katalog Light Magazine za 2021. godinu. Time je Opatija postala uzor i inspiracija organizatorima sličnih događanja diljem svijeta. Radi se o jednom od najpoznatijih globalnih proizvođača svjetlosnih dekoracija, koji je ovime Opatiju svrstao uz bok najvećim svjetskim gradovima poput New Yorka, Amsterdama, Pariza, Londona, Budimpešte i drugih, čije su fotografije također predstavljene u ovogodišnjem izdanju.

Dodatni je to dokaz uspješnosti Najljepšeg Adventa uz more, ovog puta na svjetskoj razini. Nakon što je opatijska blagdanska priča virtualno proputovala Hrvatsku i svijet, sada će ostati upisana kao primjer kvalitetnog i atraktivnog uređenja grada i inspiracija za slične projekte diljem svijeta. TZ grada Opatija je tako dobila vrijednu potvrdu velikog truda uloženog u uređenje grada proteklih blagdana. Blachere Illumination je francuska tvrtka s tradicijom

proizvodnje božićnih i novogodišnjih te ostalih prigodnih svjetlosnih dekoracija dužom od 45 godina, a iznimnu pažnju u proizvodnji posvećuju očuvanju okoliša i smanjenju ugljičnog otiska. U proizvodnji svjetlosnih dekoracija koriste 80% manje aluminija, a bave se i recikliranjem svih dijelova ukrasa. Diljem svijeta imaju 30 podružnica, a prisutni su i u Hrvatskoj gdje postoji podružnica zadužena za 8 država u regiji (Hrvatska, Slovenija, Srbija, BiH, Albanija, Kosovo, Makedonija i Crna Gora).

OPATIJA ADVENT 2021/22

Po završetku Adventa u siječnju 2021. godine djelatnici TZ grada Opatija izradili su prijedlog dodatnog uređenja Opatije za Advent 2021. godine kao i prijedlog potrebne infrastrukture za realizaciju novih dekoracija, koji su predali Gradu Opatija. Tijekom rujna prijedlozi dodatne prigodne dekoracije prezentirani su na radnim sastancima na kojima su bili prisutni predstavnici TZ grada Opatija, Grada Opatija i Parkova d.d. te se krenulo s izradom vizuala ovogodišnjeg Adventa i promocijom događanja.

Najljepši Advent uz more, kao jedna od najvećih zimskih manifestacija u Hrvatskoj, ponovo je okupio brojne turističke subjekte u Opatiji, koji su se predstavili s posebnim uređenjem i prigodnim programom. Program se prilagodio važećim epidemiološkim mjerama kako bi se postigla optimalna ravnoteža između sigurnosti i uživanja u događanju. „Opatija Advent“, ponovno se dokazao kao jedno od top događanja u Hrvatskoj, a u 2021. godini prigodnom dekoracijom i svjetlosnim instalacijama uređene su dodatne lokacije kako bi se kontinuirano podizala ljestvica kvalitete i uređenja grada.

Kako prekrasnu adventsku bajku Opatije ne čine samo predivno uređeni parkovi, trgovi, šetnice i javni prostori, već i brojni poslovni objekti koji su svojim uređenjem proširili blagdanski duh na čitavo središte grada, TZ grada Opatija i ove je godine provela izbor najljepših adventskih izloga, te najuspješnije nagradila novčanim nagradama.

Najraskošnije uređen grad i atraktivan program privukli su velik broj gostiju u Opatiju, koja je u prosincu bila najposjećenija destinacija na Kvarneru i druga po broju noćenja u Hrvatskoj, iza Zagreba. Prema objavljenom izvješću Hrvatske turističke zajednice, Opatija se s 35.509 noćenja ostvarenih u prosincu smjestila iza Zagreba na prvom, a ispred Splita, Dubrovnika i Rovinja na trećem, četvrtom i petom mjestu. Najljepši Advent uz more postao je jedan od najznačajnijih motiva za dolazak, koji Opatiju svrstava u sam vrh najpopularnijih domaćih zimskih destinacija. Brojni domaći i strani gosti prepoznali su trud koji je uložen u organizaciju i promociju adventskih događanja, te ih je ponovo osvojila atraktivna blagdanska atmosfera u gradu. Uz prekrasno uređene parkove, lungomare, tržnicu, Slatinu, Volosko i druge gradske lokacije, programi uz prigodnu ugostiteljsku ponudu su se odvijali i na Ljetnoj pozornici, kod Umjetničkog paviljona Juraj Šporer te na terasi hotela Imperial. Novost ovogodišnjeg Adventa je nova adventska lokacija s prigodnom ugostiteljskom ponudom, Xmas Street Lungomare (Lungomare od hotela Savoy do Ville Madona), a po prvi puta Advent u Opatiji je zaplovio i morskim valovima, uz Advent na brodu Jadera koji je povezo panoramsku vožnju od Voloskog do Opatije s uživanjem u blagdanskim delicijama poput kuhanog vina i fritula.

TZ grada Opatija je temeljem Odluke gradonačelnika Grada Opatije od 28. rujna 2021. g. i Odluke Turističkog vijeća TZ grada Opatija od 4. listopada 2021. g. objavila Javni poziv za

davanje na privremeno korištenje javne površine na području Grada Opatije za organiziranje manifestacije „Advent na Špoeru 2021.“. Glavni kriteriji ocijenjivanja bili su izvodivost koncepta u programskom i financijskom smislu; atraktivnost uređenja prostora; atraktivnost i raznolikost ponude; atraktivnost programa u cilju povećanja turističkih dolazaka u destinaciju; zastupljenost posebnih programa te reference i iskustvo u provedbi istih ili sličnih manifestacija. Po završetku Javnog poziva povjerenstvo, imenovano od strane Turističkog vijeća TZ grada Opatija, ocijenilo je pristigle ponude te članovima Turističkog vijeća predstavilo iste kako bi donijeli odluku o izboru najboljeg kandidata. Turističko vijeće TZ grada Opatija donijelo je odluku o izboru tvrtke „Odessa & Ondine“ d.o.o. sa sjedištem u Ičićima. Nakon odluke o izboru najboljeg ponuditelja, sklopio se ugovor s izabranim ponuditeljem s kojim su se uredila prava i obveze ugovornih strana.

Događanje je pratila snažna promotivna kampanja na domaćem i inozemnim tržištima za koju je TZ grada Opatija dobila financijsku potporu u obliku sponzorstva tvrtki Hrvatske elektroprivrede i Zagrebačke banke, te Hrvatske turističke zajednice.

TZ grada Opatija provela je i dodatnu digitalnu awareness kampanju putem Publisher's international na tržištima Njemačke, Italije, Slovenije, Srbije, Austrije i Slovenije, prema novim potencijalnim gostima i posjetiteljima visoke platežne moći na području Europe (fokus na 5 tržišta: Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Srbija) kao i prema vlasnicima kreditnih kartica Centurion & Platinum American Card na globalnoj razini.

Best Christmas Lights: Opatija uvrštena među najljepše uređene adventske gradove u Europi

Najljepši Advent uz more našao je svoje mjesto na popisu najljepših božićnih uređenja za 2021. godinu na stranicama utjecajne turističke organizacije European Best Destinations. Na portalu koji okuplja više od šest milijuna posjetitelja, Opatija je u kategoriji „Best Christmas Lights“ smještena među poznatim blagdanskim destinacijama kao što su Moskva, Nica, Madrid, Ljubljana, Prag, Monte Carlo, Budimpešta, London...



Kada se promatra razdoblje Adventa, od 26. studenog do 9. siječnja, ukupan broj noćenja iznosi preko 56.000, što je četiri puta više noćenja nego 2020. godine i gotovo 90 posto rezultata iz 2019. godine. Uz domaće goste, koji su zaslužni za 25.000 noćenja, Austrijanci su ostvarili 11.000 noćenja, Slovenci 6.000, te Nijemci 3.000 noćenja. U odnosu na prosinac 2019. godine rastao je broj noćenja domaćih gostiju u Opatiji, što je posljedica odlične

promocije i vidljivosti Najljepšeg Adventa uz more u domaćim medijima i na društvenim mrežama.

Događanje je predstavljeno na konferenciji za medije koja se održala 23. studenog, a tjedno su medijima slana press priopćenja. Kampanja pod nazivom „Osjeti čaroliju Opatije“ nastavljena je i ove godine te je polučila odlične rezultate na društvenim mrežama.

Po završetku manifestacije djelatnici TZ grada Opatija pristupili su demontaži dekoracija i izradi novog projekta uređenja kako bi i u prosincu 2022. godine Opatija zablistala blagdanskim sjajem na dodatnim lokacijama.



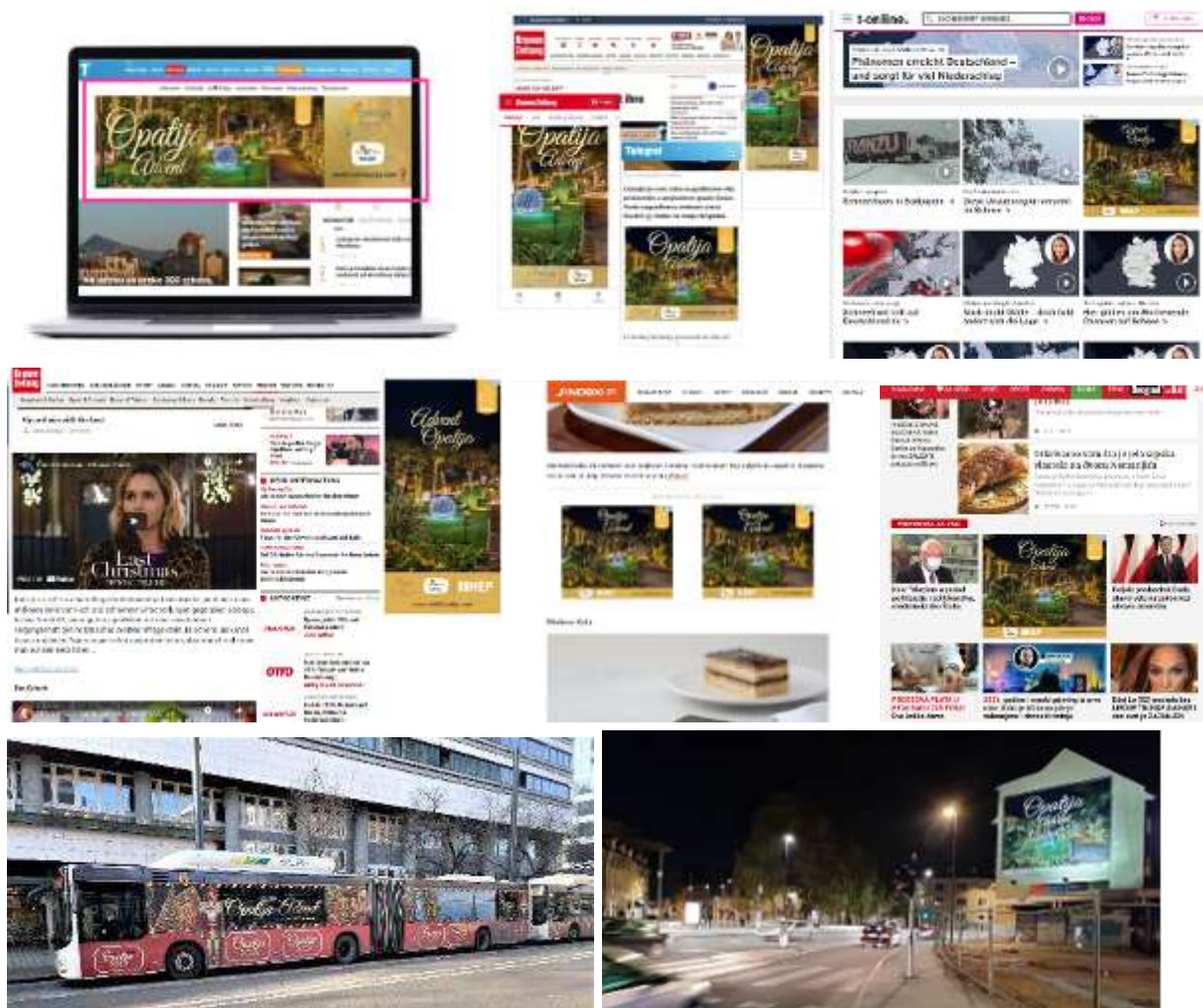


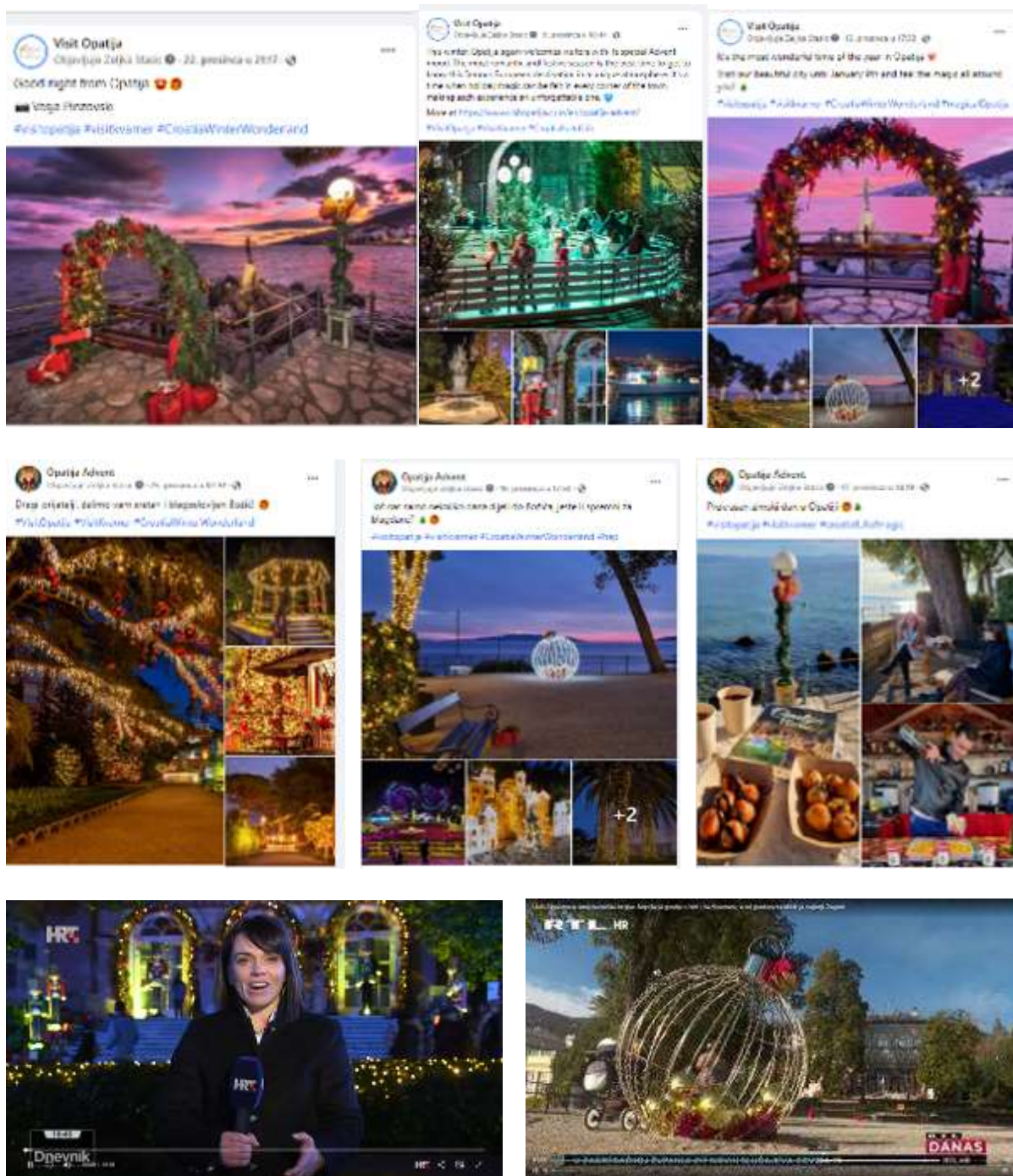


Realizirane promotivne aktivnosti:

- izrađen vizual manifestacije;
- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- realizirana kampanja „Osjeti čaroliju Opatije“ na društvenim mrežama Visit Opatija i Opatija Advent (Facebook Visit Opatija - 40.000 pratitelja; Instagram profil Visit Opatija - 24.000 pratitelja; Facebook profil Opatija Advent - 14.000 pratitelja);
- održana press konferencija;
- realizirana distribucija press priopćenja medijskim kućama na tjednoj bazi;
- realizirana distribucija press priopćenja na stranim jezicima svim stranim predstavništvima HTZ-a, što je rezultiralo brojnim objavama u stranim medijima (Mađarska, Italija, Slovenija, Austrija);
- realizirano facebook i google adwords oglašavanje (Hrvatska, Slovenija, Austrija, Njemačka, Mađarska i Srbija);
- realizirana kampanja na jumbo oglasnim prostorima (Ljubljana, Zagreb, Split, Rijeka, GP Pasjak, Zadar, Pula, Poreč, Rovinj, Matulji);
- realizirana digitalna kampanja - krone.at (Austrija) i telegraf.rs (Srbija);
- realizirana awareness digitalna kampanja putem Publisher's International prema novim potencijalnim gostima i posjetiteljima visoke platežne moći na području Europe (fokus na 5 tržišta: Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Srbija) kao i prema vlasnicima kreditnih kartica Centurion & Platinum American Card na globalnoj razini;
- realizirano brendiranje autobusa (Rijeka, Ljubljana);

- izrada i postavljanje najavnih plakata dimenzije B2 i B0 (Rijeka, Opatija);
- realizirane su online i offline kampanje u vodećim nacionalnim medijima (Jutarnji list, Večernji, Nacional, Novi list, Glas Istre);
- realizirane su reportaže o Adventu u vodećim nacionalnim medijima (off line i on line);
- realizirane su kampanje na vodećim nacionalnim radio stanicama (Otvoreni radio, Narodni radio, Radio Rijeka, Radio Pula, Radio Istra);
- relizirana su javljanja i reportaže na HRT, RTL, NOVA TV, Kanal RI;
- realizirane su kampanje na brojnim portalima (Fiuman.hr; Poduckun.net, Riviera.news, Turizmoteka, Lanterna);
- realizirana virtualna adventska šetnja 360 sa svim lokacijama Adventa u Opatiji u dnevnoj i noćnoj varijanti;
- izrađeni su adventski programi i prigodne adventske karte koji su distribuirani posjetiteljima;
- realizirana su profesionalna snimanja kadrova Adventa i Festivala čokolade, te su materijali u procesu obrade.





2.2.1.2. MJESEC LJUBAVI U OPATIJI

U veljači je romantični potencijal grada dodatno naglasila prigodna rasvjeta na javnim prostorima, ali i stotine srca i lijepih poruka kojima je TZ grada Opatija ukrala parkove, šetnice i ulice. Nakon adventske čarolije koja je osvojila Hrvatsku i svijet, u veljači je poruka koja je poslana iz Opatije glasila „osjeti ljubav“. Prigodno uređenje grada svoje je „digitalno proširenje“ dobilo na društvenim mrežama i drugim komunikacijskim kanalima gdje se nastavila kampanja usmjerena prema vjernim dosadašnjim gostima, ali i onima koji će se tek „zaljubiti“ u Opatiju, uz poziv na nove susrete u gradu čim to bude moguće. Za domaće goste i sve one koji su svoj dolazak mogli planirati u „mjesecu zaljubljenih“, opatijski su hotelijeri pripremili vrhunske ponude koje su trajale tijekom čitave veljače, s posebnim naglaskom na

valentinovski vikend kada se održavala i Dora – izbor hrvatske pjesme za Eurosong, ali i dva koncerta Marka Tolje ispunjena „ljubavnim notama“ u Centru Gervais. TZ grada Opatija uz prigodnu dekoraciju grada odradila je i promotivne aktivnosti svih programa koji su se održali tijekom veljače u Opatiji što je rezultiralo odličnom posjećenosti te je Opatija bila najposjećenija destinacija na Kvarneru, peta destinacija u Hrvatskoj po ukupnom turističkom prometu i druga destinacija u Hrvatskoj po turističkom prometu ostvarenom u hotelskom smještaju.





Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- realizirana kampanja „Osjeti ljubav“ na društvenim mrežama Visit Opatija (Facebook Visit Opatija - 40.000 pratitelja; Instagram profil Visit Opatija - 24.000 pratitelja);
- slanje press priopćenja s najavama događanja medijskim kućama;
- realizirana javljanja u programe Radio Rijeke, Hrvatskog radija, Otvorenog radija, Radio Istre i Radio Pule;
- realizirane reportaže na HRT, Nova TV, RTL i Kanal RI;
- slanje press priopćenja na predstavništva HTZ-a diljem svijeta što je rezultiralo brojnim objavama na stranim tržištima.

European Best Destinations i Forbes odabrali Opatiju kao jednu od 16 najromantičnijih europskih destinacija za Valentinovo (više pod 2.2.3. nagrade i priznanja)

Valentinovo kao praznik ljubavi jedan je od najljepših motiva za posjet Opatiji, a mjesec ljubavi obilježen je romantičnom atmosferom i atraktivnim programima posvećenih najuzvišenijoj ljudskoj emociji. Romantika grada dodatno je naglašena atraktivnom prigodnom rasvjetom, ali i stotinama srca i romantičnih poruka kojima je TZ grada Opatija ukasila parkove, šetnice i ulice.

2.2.1.3. USKRS U OPATIJI

TZ grada Opatija povodom Uskrsa prigodno je uredila grad koji je posjetitelje dočekao u blagdanskoj atmosferi. Uređenjem grada originalnim uskršnim dekoracijama izrađenim od prirodnih materijala, posebice od grančica maslina opatijskog zaleđa, TZ grada Opatija željela je staviti naglasak na buđenje proljeća, ali i tradicionalne poruke Uskrsa kao blagdana mira i blagosti. Šetnje parkovima, ulicama i šetnicama grada tako su ovog Uskrsa postale novo, posebno iskustvo u „društvu“ brojnih zečića, uskršnjih pisanica i maslinovih grančica. Park sv.

Jakova krasile su originalne uskrsne pisanice, kao i trg na Voloskom, a blagdanski ugođaj naglasile su i uskršnje čestitke ispisane na više jezika i postavljene u parkovima i uz šetalište Lungomare. U Parku Angiolina opatijske dame izrađene od vegetacije dobile su novo ruho, haljine od maslinovih grančica. Centralnu atrakciju predstavljala je dosad najveća uskrsna pisanica u Opatiji, izrađena od maslinovih grančica i prirodnih materijala ispred Umjetničkog paviljona Juraj Šporer. Djevojka s galebom dobila je novu „scenografiju“ pa je tako poznati simbol Opatije i motiv brojnih razglednica, uz kulisu ukrašenu maslinovim grančicama i cvijećem, i dalje ostalo omiljeno mjesto za fotografiranje.

Kroz atraktivnu promotivnu kampanju TZ grada Opatija svim je postojećim i budućim posjetiteljima, nakon poruka čarolije povodom Adventa, zatim poruka ljubavi tijekom veljače, poslala poruke mira i blagostanja za blagdan Uskrsa. Gosti su pozvani da provedu čaroban Uskrs u Opatiji, koja je blagdane dočekala u posebnoj atmosferi i uživanju u gastronomskim specijalitetima, opuštanju u vrhunskim spa & wellness centrima, šetnjama jedinstvenim Lungomarem, oporavkom u prirodi i drugim atraktivnim sadržajima.





Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- realizirana kampanja na društvenim mrežama Visit Opatija (Facebook Visit Opatija - 40.000 pratitelja; Instagram profil Visit Opatija - 24.000 pratitelja);
- slanje press priopćenja s najavama događanja medijskim kućama;
- relizirana javljanja u programe Radio Rijeke, Hrvatskog radija, Narodnog radija, Radio Istre i Radio Pule;
- relizirane reportaže na HRT, NOVA TV, RTL i Kanal RI;
- slanje press priopćenja na predstavništva HTZ-a diljem svijeta što je rezultiralo brojnim objavama na stranim tržištima.

2.2.1.4. OPATIJSKI VREMEPLOV

Kako bi dodatno obogatili turističku ponudu Opatije TZ grada Opatija nastavila je s organizacijom projekta „Opatijski vremeplov“ koji obuhvaća nekoliko aktivnosti i to: kostimirana vođenja kroz povijest Opatije, nastupe klapa te izložbe oldtimer automobila. Cilj projekta je gostima pružiti emotivno, uzbudljivo i edukativno iskustvo, te im predstaviti opatijsku povijest i tradiciju kroz nov doživljaj Opatije.

U svibnju i lipnju su krenule pripreme projekta, održani su sastanci s predstavnicima Udruge vodiča Liburnije, Liburnia Classic Cluba i opatijskih muških klapa Mirakul, Opatija i Baladur. Projekt je krenuo 01. srpnja i trajao do 30. rujna, uz zabranu održavanja dijela programa, klapskih nastupa i izložbi oldtimer, od sredine srpnja do kraja kolovoza zbog odluke gradskog civilnog stožera o ograničavanju okupljanja, dok su se kostimirane šetnje u društvu povijesnih ličnosti neometano održavale svake srijede. Prije i nakon prestanka važenja odluke gradskog civilnog stožera ponedjeljkom su se održavali nastupi klapa u Portiću, utorkom izložbe oldtimer, a srijedom kostimirane šetnje.

Projekt je najavljen svim dionicima u destinaciji, kao i putem medija što je rezultiralo brojnim objavama o Opatiji, a najave su se redovite objavljivale i preko digitalnih platformi TZG Opatija. Tijekom trajanja projekta događanja su posjetili brojni domaći i strani gosti koji su uživali u opatijskom povratku u prošlost.



Realizirane promotivne aktivnosti:

- izrađen vizual projekta;
- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- slanje press priopćenja medijskim kućama;
- realizirana kampanja na društvenim mrežama Visit Opatija (Facebook Visit Opatija - 40.000 pratitelja; Instagram profil Visit Opatija - 24.000 pratitelja);
- izrada plakata i promotivnog letka i distribucija istih svim pružateljima smještaja;
- redovito slanje najava hotelskim kućama i privatnim iznajmljivačima;
- realizirana javljanja u programe Radio Rijeke, Hrvatskog radija i Radio Istre;
- realizirane su reportaže na HRT, RTL i Kanal RI.

2.2.1.5. RETROPATIJA - OTKAZANO

Iako je u cijelosti bilo pripremljeno novo izdanje Festivala RetrOpatija, slijedom apela Ministarstva turizma i sporta RH da se u skladu s učinkovitim pridržavanjem epidemioloških mjera razmotri otkazivanje održavanja manifestacija u cilju zaštite zdravlja sugrađana i turista, od Županijskog stožera civilne zaštite zatraženo je mišljenje vezano uz održavanje manifestacije „RetrOpatija“ 10. i 11. rujna 2021. g. Nažalost, mišljenje Stožera civilne zaštite PGŽ bilo je da se u skladu važećom Odlukom Stožera civilne zaštite RH, a zbog ne mogućnosti strogog provođenja epidemioloških mjera RetrOpatija ne može održati te je manifestacija otkazana.

2.2.1.6. SVJETSKI DAN TURIZMA

Svjetski dan turizma u Opatiji je obilježen nizom programa koji su, u organizaciji TZ grada Opatija, trajali od 25. do 27. rujna. Osnovni cilj ovog događanja, koje se obilježava 27. rujna diljem svijeta, jest promocija društvenih, kulturnih, političkih i ekonomskih vrijednosti turizma, kao i doprinosa koji ovaj sektor čini u domeni održivog razvoja. Ove godine, nakon dugog

razdoblja obilježenog pandemijom, taj je dan bio posvećen utjecaju turizma na inkluzivni razvoj kroz promicanje različitosti i posebnosti svake kulture i pojedinca na našem planetu.

Program je započeo u subotu, 25. rujna. U 10 sati ispred Ville Angioline organizirana je aktivna šetnja, odnosno vođeni rekreativni program nordijskog hodanja. Uz doprinos zdravlju sudionika, ova je aktivnost pružila i prigodu za razgledavanje opatijskih prirodnih i kulturnih znamenitosti. Nešto ranije istog dana, od 9 sati, započela je izložba oldtimera u opatijskoj luci. Ljubitelji antiktnih automobila svoja su dobro očuvana vozila posjetiteljima predstavili kao uvod za Liburnia Classic Rally, tradicionalnu utrku oldtimera koja je iz luke krenula u 10.30 sati. U nedjelju, 26. rujna, kulturne i povijesne posebnosti Opatije na jedinstven su način bile predstavljene kroz kostimiranu šetnju poviješću Opatije, koja je krenula ispred Ville Angioline u 10 sati. Vođenje se odvijalo na hrvatskom i engleskom jeziku, a sudionici su tajne opatijske prošlosti otkrili u društvu Isadore Duncan i Stephanie Glax. Nakon šetnje, od 11.30 sati održao se nastup klape Baladur u Portiću, maloj luci ispred Umjetničkog paviljona Juraj Šporer. I sam Svjetski dan turizma, ponedjeljak 27. rujna, prošao je u znaku klapske pjesme, nastupom klape Mirakul u Portiću. Program je bio odlično posjećen i medijski popraćen te je rezultirao brojnim objavama od kojih se ističu priloge na Nova TV, HRT i RTL-u.



Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- slanje press priopćenja medijskim kućama;
- realizirana kampanja na društvenim mrežama Visit Opatija (Facebook Visit Opatija - 40.000 pratitelja; Instagram profil Visit Opatija - 24.000 pratitelja);
- slanje najave hotelskim kućama i privatnim iznajmljivačima;
- realizirane su reportaže na HRT, RTL i NOVA TV;
- realizirana javljanja u programe Radio Rijeke, Hrvatskog radija, Narodnog radija, Radio Istre i Radio Pule.

2.2.1.7. FESTIVAL ČOKOLADE 2021.

Opatija i čokolada već su godinama neraskidivo vezani zahvaljujući Festivalu čokolade, najvećem i najstarijem hrvatskom događanju posvećenom ovoj nezamjenjivoj namirnici, koji je u 2021.g. doživio svoje jubilarno 15. izdanje.

Tijekom rujna krenule su pripreme za organizaciju manifestacije „Festival čokolade“ koja se je održala od 03. do 05. prosinca 2021. godine. Razrađen je koncept manifestacije te su poslani pozivi svim opatijskim ugostiteljima i hotelijerima da se uključe prigodnim programima, a svim izlagačima pozivi za sudjelovanje na sajmu čokolade. U rujnu se krenulo i s promotivnim aktivnostima na domaćem i stranim tržištima.

Iako je prvotno planirano da se centralni dio jubilarnog, 15. Festivala čokolade održi u Kristalnoj dvorani hotela Kvarner, obzirom na epidemiološku situaciju, koncept i lokacija centralnog događanja više su se puta mijenjali. Konačno rješenje pronašlo se na otvorenom tj. centralno događanje preselilo se na Slatinu. Choco Street Festival na Slatini predstavio je ekskluzivne ponude desetak proizvođača čokolade i čokoladnih proizvoda iz Hrvatske, Italije i Slovenije. U prigodnim kućicama svaki je proizvođač ponudio, za degustaciju i prodaju, ono najbolje iz svoje ponude, a radilo se o proizvodima koji se mogu naći samo u njihovim specijaliziranim trgovinama. Uz sajam čokolade „Choco street“ manifestaciju su pratili zanimljivi zabavni, glazbeni i sportsko-rekreativni programi, a u znaku omiljene slatke namirnice, tijekom tri dana trajanja manifestacije, bili su meniji opatijskih ugostitelja i hotelijera, brojne adventske lokacije u gradu, kao i ponuda spa & wellness centara. Tako su se prigodnim čoko programima uključili Xmas street Lungomare, Advent kod Šporera, Choco Imperial Xmass, Choco Strauss (kavana Strauss), dok je Milenij choco svijet sljubio vrhunske slastice sa čarolijom. Opatijskom tvornicom čokolade zavladao je mađioničar Billy Wonka, kojeg je utjelovio slavni hrvatski iluzionist Andrej Škedel i povezoao magiju slatkih iznenađenja s pravom magijom koja je osvojila i velike i male. Novost ovogodišnje manifestacije je i da se po prvi puta čokolada otisnula i na morsku „pučinu“, uz Choco Advent na brodu Jadera koji je povezoao panoramsku vožnju od Voloskog do Opatije s uživanjem u čokoladnim delicijama.

Manifestacija se održala u skladu sa svim važećim epidemiološkim mjerama, a Opatiju su tijekom tri dana trajanja Festivala čokolade, posjetili deseci tisuća domaćih i stranih gostiju. Najave se objavljene u svim vodećim hrvatskim medijima, a realizirane su i reportaže HRT-a, RTL-a, Nove TV i Kanala RI, što je rezultiralo velikom medijskom vidljivošću manifestacije.





Realizirane promotivne aktivnosti:

- izrađen vizual manifestacije;
- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- realizirana kampanja na društvenim mrežama Visit Opatija i Opatija Advent (Facebook Visit Opatija - 40.000 pratitelja; Instagram profil Visit Opatija - 24.000 pratitelja; Facebook profil Opatija Advent - 14.000 pratitelja);
- press priopćenja slana medijskim kućama;
- press priopćenja slana predstavništvima HTZ-a diljem svijeta;
- realizirano facebook oglašavanje (Hrvatska, Slovenija, Austrija, Njemačka, Mađarska i Srbija);
- izrada i postavljanje najavnih plakata dimenzije B2 i B0 (Rijeka, Opatija);
- realizirane su kampanje na vodećim nacionalnim radio stanicama (Otvoreni radio, Narodni radio, Radio Rijeka, Radio Pula, Radio Istra);
- realizirana su javljanja i reportaže na vodećim nacionalnim tv kućama: HRT, RTL, NOVA TV, Kanal RI;
- objavljene reportaže na brojnim portalima (Fiuman.hr; Poduckun.net, Riviera.news, Turizmoteka, Lanterna).

2.2.2. POTPORE ORGANIZATORIMA DOGAĐANJA

Slijedom Odluke Turističkog vijeća s 3. sjednice Turističkog vijeća održane 18. siječnja 2021. g., imenovano je povjerenstvo i proveden je Javni poziv za dodjelu potpora za turistička događanja u 2021. g.

Na 4. sjednici Turističkog vijeća održanoj dana 16. veljače 2021. donesena je Odluka za dodjeli potpora turističkim događanjima u 2021. godini u ukupnom iznosu od 350.000,00 kn i to kako slijedi:

Rb.	Nositelj / organizator	Naziv turističkog događanja	Datum održavanja	Odobrena sredstva	
1	JU PARK PRIRODE UČKA	BOŽIĆNA BAJKA U PP UČKA	16. - 19.12.2021.	4.000,00 kn	otkazano
2		UČKARSKI SAMANJ	5.9.2021.	7.000,00 kn	otkazano
3	PLESNI ART LAB. PAL	ŽENE S IDEJAMA- VEČERNJI PROGRAM	19.3.2021	2.000,00 kn	realizirano

4	TREMISSIS d.o.o.	HEDONIST WINE GARDEN	02.-11.07.2021	16.000,00 kn	realizirano
5		LUNGOMARE WINE AND FOOD	vikend 7./8. mj	28.000,00 kn	otkazano
6	UDRUGA BOEM	MUZIKA JE ZVONKA RADOST - ČA revival va Opatije	02.10.- 05.12.2021	2.000,00 kn	otkazano
7	BM CONSULTING, OBRT ZA SAVJETOVANJE	OPATIJA LIFESTYLE CHALLENGE	18.-28.03.2021	10.000,00 kn	realizirano
8		CHRISTMAS ACTIVE	28.11.2021	10.000,00 kn	realizirano
9	MAAN ENT D.O.O.	VOLOSKANA FESTIVAL	12.06.2021 i 28.08.2021	24.000,00 kn	otkazano
10		SERIJAL GLAZBENO - VIZUALNIH DOGAĐANJA "GERVAIS"	17.04.,22.05., 12.06., 23.10., 20.11., 11.12.2021	18.000,00 kn	otkazano
11	PINK WING PRODUCTION	PINK WING 2021.	09 -13.06.2021	7.000,00 kn	realizirano
12	UDRUGA KLUBSKA KULTURA	AMBASADOR - NAGRADA ELEKTRONIČKE GLAZBE	19.03.- 20.03.2021	5.000,00 kn	realizirano
13	UDRUGA OKO	SIMFONIJSKI KONCERT KLASIKA NEDJELJOM	svibanj ili prosinac 2021.	5.000,00 kn	realizirano
14	FOLKLORNI ANSAMBL ZORA	5. VEČER FOLKLORA "NAŠI TANJI I STARE UŽANCI V OPATIJE"	7.8.2021	5.500,00 kn	otkazano
15	REBEL D.O.O.	MALA SANGRE- VEČER FLAMENCA	23.7.2021	6.000,00 kn	realizirano
16		SPRING ART NOUVEAU	20.5.2021	5.000,00 kn	realizirano
17	FARO 11- UDRUGA ZA RAZVOJ KREATIVNIH INDUSTRIJA	BODAS DE SANGRE AND RECITAL DE GUITARRA	25.06.- 27.08.2021	3.000,00 kn	realizirano
18		CULTURE WHEEL OPATIJA	28.05.- 28.09.2021	5.000,00 kn	realizirano
19	HRVATSKA FILHARMONIJA (HF), UDRUGA U KULTURI	ADAGIETTO: MAHLER & PAPANDOPULO U OPATIJI VEČER KOMORNE GLAZBE 2021.	01. - 02.07. ili 06. - 07.07.	7.000,00 kn	otkazano
20		GLAZBENA RAZGLEDNICA OPATIJA 2021.	01.-03.05. ili 07.-09.05.2021	6.000,00 kn	realizirano
21	DANCE STAR D.O.O.	DANCE STAR WORLD FINALS 2021.	25.-29.08.2021	22.000,00 kn	realizirano
22	KZU MAŠKARANI KLAPSKI MARATON OPATIJA	MAŠKARANI KLAPSKI MARATON	srpanj 2021- 1 dan	7.000,00 kn	realizirano
23		SUSRET KLAPA VOLOSKO- KLAPE VA MANDRAČE	srpanj 2021- 1 dan	3.000,00 kn	realizirano
24	KLUB ODBOJKE NA PIJESKU OPATIJA	CROATIA OPEN MASTERS IČIČI 2021.	05.-08.08.2021	3.000,00 kn	realizirano
25	LIBURNIA JAZZ	21. LIBURNIA JAZZ	02.-04.07.2021	17.000,00 kn	realizirano
26	AEROKLUB CUMULUS	PADOBRANSKA TURNEJA HRVATSKOM & SKY DIVE FOTO CONTEST	01.03.- 23.05.2021	3.000,00 kn	otkazano
27	VATERPOLO KLUB OPATIJA	11. MEĐUNARODNI TURNIR KRUNOSLAV BRGULJAN	29.07.- 01.08.2021	3.000,00 kn	realizirano
28	UDRUGA ŽMERGO	OPATIJSKA KULTURA I ZELENI AKTIVIZAM - OKIZA/ VEČER KREATIVACA	11.11.2021	3.000,00 kn	realizirano
29	AUTOKLUB OPATIJA	29. RALLY OPATIJA 2021.	30.04.- 02.05.2021	7.500,00 kn	otkazano
30	YACHT CLUB CROATIA OPATIJA	ACI KUP OPTIMIST	20. I 21.11.2021	2.000,00 kn	realizirano
31	MILENIJ HOTELI D.O.O.	CRAFT BEER & SAUSAGE WEEKEND	24.-26.09.2021	9.000,00 kn	realizirano
32		CHRISTMAS TREE LIGHTING	27.11.2021	12.000,00 kn	realizirano
33	MAŽORETKINJE GRADA OPATIJE	MAŽORET TURNIR OPATIJA OPEN	24.4.2021	3.500,00 kn	realizirano
34	PD "OPATIJA" OPATIJA	OPATIJSKA PLANINARSKA OBILAZNICA	28.03. I 14.11.2021	2.500,00 kn	realizirano
35		OTVARANJE NOVE PLANINARSKE OBILAZNICE PO VRHOVIMA UČKE	27.-28.11.2021	2.500,00 kn	realizirano

I ČIČARIJE					
36	SSR PGŽ- SPORT ZA SVE	ADA LIGA	18.9.2021	3.500,00 kn	otkazano
37	PUHAČKI ORKESTAR LOVRAN	29. MEĐUNARODNI FESTIVAL "NAŠ SVIJET JE GLAZBA"	07.-09.05.2021	4.000,00 kn	realizirano
38	YACHT CLUB CROATIA OPATIJA	SUSAK ZA DVOJE	26.-29.11.2021	2.000,00 kn	realizirano
39	VEDRAN RUŽIĆ	VOLOŠČANSKE JAZZ VEČERI	21.05. I 28.05.2021	7.000,00 kn	realizirano
40	TINTA 910	UMJETNIČKI PIKNIK NA ŠETNICI CARMEN SYLVA	26.6.2021	3.000,00 kn	realizirano
41	JEDRILIČARSKI KLUB OPATIJA	OPATIJKI- HOMO SI BORDIŽAT 2021	17.7.2021	3.000,00 kn	realizirano
42		VOLOŠČANSKI PREDBOŽIĆNI KUP 2021.	4.12.2021	3.000,00 kn	realizirano
43	KULTURNO DRUŠTVO LEPRINAC	ETNOZBIRKA LEPRINAC - PREZENTACIJA IZRADE	01.05.- 30.09.2021	4.000,00 kn	realizirano
44		PROSLAVA MARKOVA	24.I 25.04.2021	5.000,00 kn	otkazano
45	KLUB ZA SPORTSKU REKREACIJU GOROVO	HRVATSKI FESTIVAL SPORTSKE REKREACIJE U NORDIJSKOM HODANJU	10.4.2021	4.000,00 kn	realizirano
46		ADRIA MASTERS INTERNATIONAL	21.-23.05.2021	5.000,00 kn	realizirano
47	UDRUGA FESTIVAL KVARNER	FESTIVAL KVARNER 2021	05.08.- 04.12.2021- 3 dana	11.000,00 kn	realizirano
48	KC OPATIJA FIGHT CLUB	OPATIJA FIGHT NIGHT 13	18.12.2021	8.000,00 kn	realizirano
49	UDRUGA LJUBITELJA KAMELIJA	FESTIVAL KAMELIJA	22.-28.03.2021	6.000,00 kn	realizirano
50	UDRUGA UNIQ	LJETNA REKREACIJA - PLESNA ANIMACIJA KUPALIŠTE SLATINA	01.07.- 31.08.2021	6.000,00 kn	realizirano
SVEUKUPNO ODOBRENO				350.000,00 kn	
SVEUKUPNO REALIZIRANO				235.500,00 kn	

2.2.3. OSTALE MANIFESTACIJE

2.2.3.1. PICASSO I MIRO

Opatija je u 2021. godini prihvatila domaćinstvo izložbe „Picasso & Miró: Prijateljstvo sloboda“ koja je postavljena u Umjetničkom paviljonu Juraj Šporer od 02. lipnja do 10. listopada. Postav je obuhvaćao preko 140 originalnih litografija, bakroreza, drvoreza, gravura i akvatinti iz fundusa privatnih kolekcija kao i grafičke uratke od 50-ih do 80-ih godina 20 stoljeća. Predstavljeni su i radovi iz Picassovih serija Eluardova mapa, Flora i Fauna s Antibesa i Dupla flauta uz pregršt individualnih radova kako istoimenog autora tako i slikarskog genija Joana Miróa. Uz izložbu realiziran je i bogati prigodni program, uz brojne glazbene i plesne nastupe te događanja posvećena najmlađima. Izložba je izazvala veliki interes nacionalnih i inozemnih medija te rezultirala velikim brojem objava. Organizatori izložbe su IPL Art d.o.o. Rijeka i Festival Opatija. TZ grada Opatija sufinancirala je izložbu u iznosu od 100.000,00 kn.



2.2.3.2. SUMMER SENSUAL DAYS 2021

Nakon godinu dana pauze, od 20. do 22. kolovoza održan je treći po redu festival plesa „Summer Sensual Days“. Cilj manifestacije je promocija plesne kulture koja pozitivno utječe na socijalnu dinamiku društva, promovira tolerantnost i prihvaćanje različitosti. Sadržaj manifestacije se bazira na plesnoj edukaciji za plesače amatere kroz višednevne plesne radionice i plesne zabave. Ovogodišnje izdanje manifestacije je bilo posebno na način da je manifestacija programski i veličinom prilagođena postojećim nacionalnim mjerama za održavanje okupljanja usred Covid-19 pandemije. Program događanja je uspješno prilagođen restrikcijama i sastojao se od dnevnih radionica plesa, dnevnih plesnih druženja (daily social) i večernjih plesnih zabava uz DJ glazbu i zabavni program. U programu je sudjelovao 21 umjetnik (DJ-i i plesni parovi). Usprkos smanjenom programu ovogodišnje izdanje festivala je uspjelo privući oko 350 plesača, uglavnom inozemnih polaznika iz 15 zemalja, a najveći broj iz Njemačke, Austrije, Francuske, Mađarske, Slovenije i Italije. Ostvareno je više od 1.000 noćenja, uglavnom u hotelskom smještaju. TZ grada Opatija prepoznala je potencijal ovog događanja koji daje veliki doprinos promociji grada Opatije u svijetu, direktno utječe na povećanje broja noćenja i turističkog prometa, te stvara dodatni jedinstveni turistički sadržaj i doprinosi pozicioniranju Opatije na mapu gradova koji promoviraju zdrav život kroz ples, razne aktivnosti i druženje. TZ grada Opatija, uz logističku pomoć, podržala je događanje financijskim iznosom od 15.000,00 kn.



2.2.3.3. JERRY RICKS BLUES FESTIVAL

Treće izdanje festivala „Jerry Ricks Blues Festival - Opatija Riviera & Kastav“ održalo se na području Opatijske rivijere i Kastva od 23.-31.07.2021. U sklopu festivala održano je 9 koncerata. 30. srpnja na Ljetnoj pozornici održan je koncert na kojem su nastupili: Lela & Joe Kaplowitz Banda, Riccardo Staraja & Midnight Blues Banda, Jed Beckers, Mauro Staraj i Tomislav Goluban. TZ grada Opatija podržala je događanje financijskim iznosom od 5.000,00 kn.

2.2.3.4. CRO RACE

Veliko sportsko događanje, biciklistička utrka CRO Race, u 2021. održala je svoje šesto izdanje u sklopu kojeg je ponovno u svijet poslana najljepša razglednica Hrvatske. Ovogodišnja CRO Race utrka održala se od 28. rujna do 3. listopada u organizaciji tvrtke Top Sport Events. Utrka se sastojala od šest etapa, a njeno uvrštenje u kalendar Svjetske biciklističke organizacije (UCI) i rang kvalifikacije utrke 2.1 osiguralo je ponovni dolazak najboljih svjetskih biciklista i timova. Vrhunska sportska uzbuđenja i kadrovi Hrvatske bila su emitirana na šest kontinenata. Opatija je bila domaćin cilja 5. etape utrke uz dva atraktivna prolaska biciklista kroz grad. TZG Opatija podržala je događanje financijskim iznosom od 70.000,00 kn.



2.2.3.5. LIBURNIJA KUP

DZŠR Marinovi prijatelji organizirali su od 1. do 3. rujna atraktivnu sportsku manifestaciju košarkaškog turnira „Liburnija kup“ na kojoj su sudjelovale seniorske ekipe Cedevita Olimpia iz Ljubljane, Partizan iz Beograda, Pesaro iz Italije te Cibona iz Zagreba. Veliki interes gledatelja napunio je sportsku dvoranu Marino Cvetković, a uz utakmice održan je i seminar za trenere. Manifestacija je imala veliki medijski efekt, a posebno u pozicioniranju Opatija kao grada sporta i aktivnosti. TZ grada Opatija podržala je događanje financijskim iznosom od 10.000,00 kn.

2.3. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

2.3.1. PODRŠKA ORGANIZATORIMA POSLOVNIH DOGAĐANJA

TZ grada Opatija osigurala je podršku organizatorima kongresa i skupova kako slijedi:

- 28.-29.05. PAR International Leadership Conference - sufinanciranje izrade multimedijских materijala;
- 16.-18.06. 36. međunarodni znanstveno-stručni susret stručnjaka za plin - sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 23.-25.06. Economics of Digital Transformation (EDT) - Interkatedarski skup Katedri za financije - turistički razgled grada;
- 28.-29.06. 18. Drvno-tehnološka konferencija - sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 30.06.-02.07. ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe - promotivni materijali za sudionike skupa;
- 02.-04.07. 10. hrvatski simpozij estetske medicine - sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 09.-11.09.2021. 6. Hrvatsko-ruski psihijatrijski kongres - sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 15.-19.09.2021. 9. međunarodna znanstvena konferencija o kineziologiji – prakice za akreditacije, pokloni za predavače, promotivni materijali;
- 17.-18.09.2021. Science4Health - sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 27.09.-01.10.2021. 44. MIPRO - sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 30.09.-03.10.2021. Wave4Tourism – promotivni materijali za sudionike, pokloni za predavače;
- 14.-17.10.2021. DiaTransplant 2021 – pokloni za predavače;
- 14.-16.10.2021. HoReCa Adria – sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 04.-07.11.2021. 14. simpozij HKOIG – sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 8.-10.11.2021. Stručni skup ravnatelja OŠ – sufinanciranje troška najma Centra Gervais;
- 20.11.2021. Teoxane Academy Croatia & Slovenia – sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 29. i 30.11.2021. Adriatic Cemetery Days 2021 – sufinanciranje troškova organizacije skupa;
- 13.-15.12.2021. Stručno-znanstveni skup HPKZ – sufinanciranje troškova organizacije skupa.

TZ grada Opatija osigurala je podršku i ostalim događanjima i aktivnostima:

- Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu – TZ grada Opatija je dala podršku u vidu kostimiranog vođenja za studente na temu storytellinga;

- Edward Bernays Visoka škola za komunikacijski menadžment – TZ grada Opatija je dala podršku u vidu kostimiranog vođenja u sklopu terenske nastave za studente prve i druge godine. U sklopu razgleda Opatije snimljen je i prilog za emisiju HRT-a Globalna Hrvatska;
- Erasmus Rijeka – TZ grada Opatija dala je podršku u vidu dva kostimirana vođenja za studente na temu storytellinga. Radi se o studentima iz cijelog svijeta koji su na ovaj način dobili priliku upoznati turističku ponudu Opatiju.

2.3.2. POTPORA PROGRAMU „LAND CRUISE“

Važna uloga u razvoju novih proizvoda destinacije svakako pripada destinacijskim menadžment kompanijama (DMK). TZ grada Opatija podržala je organizaciju vođenih tura gostiju koji na kružnim putovanjima brodom polaze iz Opatije u organizaciji TA Katarina line.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. OGLAŠAVANJE TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA

Oglašavanje turističke ponude i proizvoda realiziralo se sukladno izrađenom medija planu, a aktivnosti promocije su usmjerene na image oglašavanje, oglašavanje turističkih proizvoda i manifestacija i to na domaćem i inozemnim tržištima. Medija plan se u skladu s aktualnom, i dalje neizvjesnom situacijom na turističkom tržištu, prilagođavao ad-hoc potrebama destinacije.

3.1.1. ONLINE OGLAŠAVANJE

Budžet za online oglašavanja utrošio se za oglašavanje destinacije, turističkih proizvoda i manifestacija na društvenim mrežama, google adwords i drugim digitalnim platformama. TZ grada Opatija u suradnji sa Liburnia Riviera hoteli d.d. i Milenij hoteli d.o.o. provela je kampanju na najutjecajnijem europskom turističkom portalu, kojeg prati 6 milijuna posjetitelja, European Best Destination. Kampanja obuhvaća promociju Opatije kao destinacije kroz deset različitih kategorija koje obuhvaćaju vjenčanja, wellness, romantiku, mjesta za prosidbu, Advent, najbolji božićni sajam, najbolju božićnu destinaciju, najljepša božićna osvjetljenja. U svim navedenim kategorijama Opatija je ili na prvom mjestu ili među prve tri destinacije unutar kategorije, među poznatim destinacijama kao što su Moskva, Nica, Madrid, Ljubljana, Prag, Monte Carlo, Budimpešta, London... Oglašavanje je realizirano i na specijaliziranim kongresnim i općim portalima.

Kroz svibanj i lipanj realizirano je facebook i instagram oglašavanje promotivne kampanje „Opatija – uvijek sigurna ideja“. Kampanja je realizirana na tržištima Hrvatske, Austrije, Njemačke, Italije i Slovenije, a uz image oglašavanje promovirani su turistički proizvodi zdravlje, gastronomija i outdoor. U razdoblju lipanj – kolovoz na digitalnim platformama TZ

grada Opatija provedena je komunikacijska kampanja „Ljeto u Opatiji“ u sklopu koje su promovirani proizvodi sunce i more, gastronomija, outdoor i zdravlje (napravljene su i posebne sekcije na www.visitopatija.com: ljeto na plaži, ljeto kulture i zabave, ljeto vrhunske gastronomije i ljeto aktivnosti). Kroz ciklus atraktivnih objava prenijela se atmosfera Opatije tijekom ljetnih mjeseci svim pratiteljima TZ grada Opatija.

Tijekom jeseni Opatija je promovirana kao destinacija wellness i zdravstvenog turizma uz poseban naglasak na vrhunsku gastronomiju. Putem portala European Best Destinations Opatija je dodatno promovirana kao jedna od najboljih wellness destinacija u Europi u kategoriji The Best Wellness Destination. Kampanje usmjerene na promociju Opatija Adventa i Festivala čokolade realizirane su kroz oglašavanja:

- PI AI al platform - Publisher's International - digitalna awareness kampanja prema novim potencijalnim gostima i posjetiteljima visoke platežne moći na području Europe (fokus na 5 tržišta: Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Srbija) kao i prema vlasnicima kreditnih kartica Centurion & Platinum American Card na globalnoj razini;
- google adwords i Facebook kampanja na domaćem tržištu, Sloveniji, Austriji, jugu Njemačke, Mađarskoj i Srbiji;
- digitalna kampanja kroz advertorial, teaser-e i bannere na portalu krone.at i facebook stranici;
- digitalna kampanja kroz advertorial, teaser-e i bannere na portalu telegraf.rs.

3.1.2. OFFLINE OGLAŠAVANJE

U promatranom razdoblju realizirano je sljedeće:

- realizirana je billboard kampanja za područje Hrvatske. Kampanja je nosila naziv „Opatija – uvijek sigurna ideja“, a cilj je bila promocija destinacije na domaćem tržištu. Kampanja se odvijala od 22.05. – 03.06.2021., a jumbo plakati bili su postavljeni u Zagrebu, Poreču, Rovinju, Puli, Splitu, Zadru i Rijeci;



- oglašavanje u suradnji s odbojkaškim klubom Opatija, u sklopu kojeg su odabrane fotografije Opatije aplicirane na kombi -vozilo kluba. Odbojkaški klub Opatija gostuje na brojnim natjecanjima u Hrvatskoj i inozemstvu;

- Grad Opatija pristupio je postavljanju dodatnih autobusnih stanica u centru i zaleđu Opatije, a koje su zamišljene da na poleđini imaju prigodne fotografije Opatije. Za navedene potrebe TZ grada Opatija je odabrala fotografije iz vlastite arhive i ustupila ih Gradu Opatija na korištenje;
- oglašavanje Opatije kao sigurne destinacije u prilogu Hrvatska počitnice koji izlazi u dnevnim novinama Dnevnik u Sloveniji. Također, u Dnevniku je najavljena izložba Picasso i Miro;
- Advertorial o wellness ponudi u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma u časopisu Lust auf Kroatien, časopis njemačke izdavačke kuće s tiskom 50.000 primjeraka, te dosegom 10.000 pretplatnika na online izdanje;
- Oglas u National Geographic Traveller – Opatija je predstavljena u izdanju za rujan 2021. poznatog UK časopisa National Geographic Traveller;



- TZ grada Opatija dodatno je promovirala Opatiju ciljano, na tržištu potencijalnih gostiju visoke platežne moći kroz vrlo selektivni The Compendium by Centurion magazin putem tvrtke Pi - Publisher's Internationale. Compendium by Centurion je godišnjak koji za bogate vlasnike Black American kartice služi kao glavna preporuka, „must have“ za sljedećih dvanaest mjeseci. Magazin otkriva glavne trendove koji će oblikovati svijet putovanja i otkrivanja novih horizonata, dizajna, gurmanskih užitaka i mobilnosti, kroz selektirane te najcjenjenije pružatelje i dobavljače luksuza. Magazin The Compendium distribuira se samo članovima Amex Centurion Black kartice, a njihovo zajedničko bogatstvo iznosi 3 bilijuna USD +.
- Realizirane su i promotivne kampanje Opatija Adventa i Festivala čokolade kroz:
 - distribuciju programske brošure Opatija Adventa u izdanju dnevnika Novi list
 - prilog Putovanja Večernjeg lista (uz objavu banneru na portalu)
 - reportažu i oglas u Listu Opatija
 - outdoor oglašavanje kroz zakup cijele površine autobusa linije 32
 - outdoor oglašavanje kroz zakup autobusa u Ljubljani
 - oglasi u magazinima: Nacional, Gloria
 - oglasi u dnevnicima: Novi list, Glas Istre, Večernji list, Jutarnji list
 - billboard-i: Ljubljana, Zagreb, Pula, Poreč, Rovinj, Zadar, Split, Pasjak i Matulji

- radijsko oglašavanje: Otvoreni radio, Narodni radio, Radio Rijeka, Radio Istra, Radio Pula



3.1.3. OGLAŠAVANJE S REGIONALNOM TURISTIČKOM ZAJEDNICOM

TZ grada Opatija je u suradnji s turističkim zajednicama Opatijske rivijere i TZ Kvarnera realizirala udruženo online oglašavanje. Opatijska rivijera se predstavila na talijanskom i austrijskom tržištu s proizvodima: aktivni odmor i gastronomija.

Tz grada Opatija sudjelovala je u kampanji „Zima na Kvarneru“ s posebnim naglaskom na adventska događanja i Najljepši Advent uz more.



3.1.4. OGLAŠAVANJE JAVNO – PRIVATNOG SEKTORA

TZ grada Opatija financijski je sudjelovala u modelima udruženog oglašavanja u suradnji s prijavljenim gospodarskim subjektima (Liburnia Riviera Hoteli, Milenij hoteli) i TZ Kvarnera.

3.2. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

3.2.1. NASTUPI NA SAJMOVIMA

3.2.1.1. VIRTUAL MEETEX, 16.-18.03.2021.

Nacionalna kongresna burza MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit – održala se kao virtualno događanje od 16. do 18. ožujka u organizaciji Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT) i tvrtke Inovativni eventi, a pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma i sporta te uz partnere Hrvatsku turističku zajednicu, TZ grada Zagreba i Hrvatsku gospodarsku komoru.

Kongresni ured TZ grada Opatija sudjelovao je na burzi te je tijekom 3 dana odrađeno 20 online sastanaka sa stranim kupcima. Predstavljene su mogućnosti za organizaciju kongresa i incentive putovanja. Uz to je u sklopu programa emitiran i promotivni video destinacije. Osim TZ grada Opatija, na MEETEX-u su iz Opatije nastupili Amadria Park hoteli, Katarina Line i Liburnia Riviera Hoteli.

U 3 dana na MEETEX-u je održano sveukupno oko 1.000 sastanaka između međunarodnih kupaca i domaćih izlagača, prisustvovalo je 55 inozemnih poslovnih kupaca iz specijaliziranih agencija i korporacija, te 78 izlagača iz cijele Hrvatske. Prikazano je preko 20 raznih promotivnih filmova o Hrvatskoj kao izvrsnoj destinaciji kongresnog i poslovnog turizma, te su održana 3 keynote webinar.

3.2.1.2. MICE BUSINESS DAY, BUDIMPEŠTA, 09.11.2021.

TZ grada Opatija se predstavila na poslovnoj radionici MICE Business Day 2021 održanoj u novootvorenom kongresnom centru sajmišta HUNGEXPO 09. studenog 2021. godine. Zahvaljujući Uredu predstavništva HTZ-a u Mađarskoj, Opatija je sudjelovala kao počasni strani gost, te je na konferenciji u prvom dijelu programa održana prezentacija kongresne ponude Opatije za sve sudionike iz Mađarske.

Nakon konferencijskog dijela održani su B2B sastanci s organizatorima poslovnih događanja iz Mađarske i stranim organizatorima iz Europe. Održano je 12 sastanaka na kojima je predstavljena kongresna ponuda Opatije. Na MICE Business Day 2021 sudjelovalo je više od 400 sudionika, a iz Hrvatske su se još predstavili Hrvatska turistička zajednica, Kempinski Hotel Adriatic i grupacija Falkensteiner Hotels & Residences.

3.2.1.3. IBTM WORLD, BARCELONA, 30.11.-02.12.2021.

TZ grada Opatija nastupila je od 30. studenog do 2. prosinca na jednoj od najvećih svjetskih kongresnih burzi IBTM World u Barceloni. Nakon što je 2020. godine burza održana kao online događanje, ovogodišnje izdanje ponovo je sudionike i izlagače okupilo „uživo“. Predstavilo se oko 3.000 izlagača (destinacija i ponuđača), a sveukupno je bilo više od 15.000 sudionika.

Tijekom 3 dana burze održano je 40 unaprijed dogovorenih B2B sastanaka s kupcima, potencijalnim organizatorima poslovnih događanja u destinaciji. Među ostalima, predstavnik TZG Opatija održao je sastanke s kupcima iz Norveške, Švedske, Velike Britanije, Francuske,

Italije, Mađarske, Češke, Rusije, Rumunjske, Portugala te SAD-a. Predstavljena im je cjelokupna kongresna ponuda Opatije, a dodatno su im približene i mogućnosti za organizaciju konferencija i sastanaka, odnosno „incentive“ i „team building“ programa.

Na štandu Hrvatske turističke zajednice uz Opatiju su se predstavili i Liburnia Riviera Hoteli.

3.2.2. POSEBNE PREZENTACIJE

3.2.2.1. INCENTIVE AND VACATION IN CROATIA 2021, ON-LINE PREZENTACIJA 27. SVIBNJA 2021.

TZ grada Opatija je, putem on-line događanja „Incentive and Vacation in Croatia 2021“, mnogobrojnim utjecajnim poljskim agentima prezentirala turističku ponudu Opatije s naglaskom na segment poslovnog turizma. Tijekom prezentacije posebno je istaknuta stogodišnja tradicija kongresnog turizma u Opatiji kao i njen status jedne od najboljih kongresnih destinacija u Hrvatskoj. Agentima su predstavljene i brojne mogućnosti organizacije incentive putovanja i poslovnih događanja u Opatiji i okolici, komparativne prednosti Opatije, a posebno su informirani o trenutnoj, sve povoljnijoj, epidemiološkoj situaciji kao i o dostupnosti turističkih i zdravstvenih usluga u destinaciji.

On line događanje „Incentive and Vacation in Croatia 2021“ realizirano je u organizaciji Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Poljskoj i SITE Poland (poljski ogranak međunarodnog udruženja incentive agencija).

3.2.2.2. OSTALE PREZENTACIJE

Nikola Tesla EV Rally 2021

„Nikola Tesla EV Rally Croatia“ jedinstveni je projekt koji objedinjuje e-mobility i turizam stvarajući novu „nišu“ u premium turističkoj ponudi, a ove godine prolazio je kroz 6 županija, 10 gradova i 5 nacionalnih parkova / parkova prirode. 26. svibnja 2021. g., jedna od zaustavnih točki bila je Opatija te su vozila bila parkirana na kupalištu Slatina. U sklopu rally-a u Opatiji su se mogli među ostalima razgledati Tesla vozila Modela S,3 I X i električni Jaguar I-Pace. TZ grada Opatija pomogla je rally logistički te kroz promotivne aktivnosti i obavijesti medijima.



Geotoura – Hautnah (Elite Travel)

Njemački tour operator Geotoura, čiji je partner u Hrvatskoj Elite Travel iz Dubrovnika, organizirao je 10. lipnja online prezentaciju Hrvatske za svoje partnere. Prezentacija je

zamišljena kao šetnja jadranskom obalom od Istre do Dubrovnika, a TZ grada Opatija predstavila je turističku ponudu Opatije.

Luxbe

U suradnji sa agencijom Via Magnifica koja se bavi elitnim turizmom, organizirano je snimanje video konferencije za strane agente i touroperatore za luksuzni turizam. TZ grada Opatija izradila je video prezentaciju kojom je sudjelovala na konferenciji. Konferenciju koja je emitirana 29. i 30. lipnja, putem video linka pratilo je od 200 do u određenim trenucima 700 agenata, a realizirano je preko 1.200 pregleda konferencije na you tube-u.

Kaiserfest Bad Ischl

Delegacija Grada Opatija putovala je na poziv Grada Bad Ischla na manifestaciju Kaiserfest u Bad Ischlu, a povodom obljetnice 10 godina potpisivanja povelje o bratimljenju dva grada. Na jednom od trgova u gradu u sklopu programa Kaiserfesta upriličen je prigodni program 17. kolovoza, u kojem su pozdravne govore održali gradonačelnica Bad Ischla i gradonačelnik Opatije. Opatiju su plesom predstavili članovi FA Zora, a TZ grada Opatija je na promotivnom štandu izložila promotivne materijale i predstavila turističku ponudu s naglaskom na šetnicu Lungomare, plaže, kao i na ponudu outdoor aktivnosti u okolici Opatije.

3.2.2.3. SURADNJA S TZ KVARNERA NA PREZENTACIJAMA OPATIJE I KVARNERA

TZ grada Opatija surađivala je s TZ Kvarnera na sljedećim virtualnim prezentacijama:

- 02.02.2021. – online edukacija za slovenske agente
- 23.03.2021. – online prezentacija na temu zdravstvenog turizma za talijanske agente
- 11.05.2021. – online prezentacija za poljsko tržište
- 10.06.2021. – online prezentacija za srpsko tržište.

3.2.3. NAGRADE I PRIZNANJA

Priznanje Hrvatske udruge za odnose s javnošću za komunikacijski projekt „Dream today, visit Opatija tomorrow“



Komunikacijski projekt TZ grada Opatija „Dream today, visit Opatija tomorrow“ dobio je priznanje kao finalist godišnje nagrade Grand PRix Hrvatske udruge za odnose s javnošću, najprestižnije nagrade u području odnosa s javnošću u Hrvatskoj. Dodjelom Grand PRix nagrada Hrvatska udruga za odnose s javnošću nagrađuje izvrsnost u osmišljavanju i provedbi

projekata u odnosima s javnošću. U iznimno jakoj konkurenciji i pred stručnim žirijem sastavljenim od renomiranih stručnjaka za odnose s javnošću, predstavljeni projekt TZ grada Opatija istaknuo se kao odličan primjer komunikacije za vrijeme krize.

Nakon proglašenja epidemije, zatvaranja granica i zaustavljanja turističkih tokova TZ grada Opatija promptno je reagirala, osmislila novi, prilagođeni marketinški plan i nastavila komunikaciju sa svojim dosadašnjim i potencijalnim posjetiteljima kroz virtualni svijet. Vlastitim snagama TZ grada Opatija pokrenuta je kampanja „Dream today, visit Opatija tomorrow“ čiji su zadani ciljevi bili zadržati interes gostiju, „hraniti“ njihove pozitivne misli i emocije te ih potaknuti na posjet Opatiji čim se situacija stabilizira.

Komunikacijski projekt se odvijao u tri faze, „Dream today, travel tomorrow“, „Dream today, visit Opatija tomorrow“ i „Dream come true, visit Opatija today“, a u svim fazama isticani su svi segmenti turističke ponude i značajne komparativne prednosti Opatije - blizina najvažnijim emitivnim tržištima, neprocjenjiv spoj mora i gorja na malom prostoru te neizmjerne mogućnosti koje se otvaraju za boravak i aktivni odmor u prirodi, a uz to i segment zdravstvenog turizma koji se diči stoljetnom tradicijom.

Nagrada „Simply the best“ za komunikacijski projekt „Dream today, visit Opatija tomorrow“



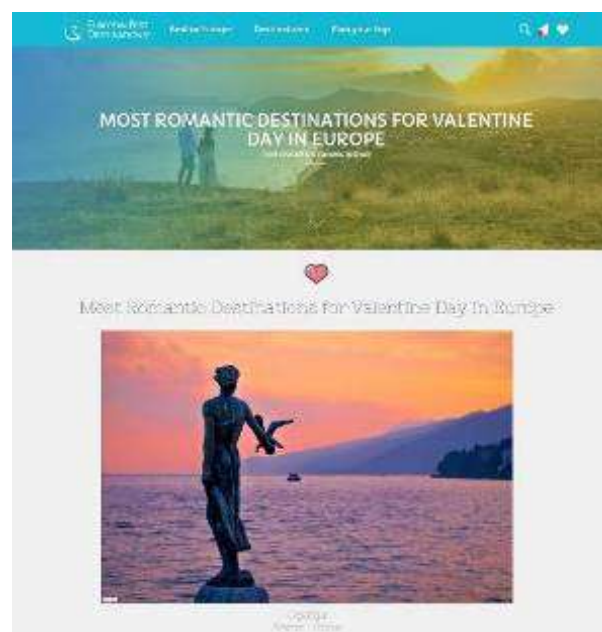
Nakon velikog priznanja Hrvatske udruge za odnose s javnošću, komunikacijski projekt TZG Opatija „Dream today, visit Opatija tomorrow“ dobitnik je nacionalne godišnje nagrade Simply the Best u kategoriji Promocija i propaganda. Ovu nagradu za kreativnost, inovativnost, razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije, tradicionalno dodjeljuju UHPA - Udruga hrvatskih putničkih agencija i turistički časopis Way to Croatia. U jakoj konkurenciji komunikacijski projekt TZ grada Opatija istaknuo se kao odličan primjer krizne komunikacije.

Opatija dobitnik Dutch Travel Destination Awards 2021



Turistička agencija i portal Reisgraag.nl iz Nizozemske proglasila je Opatiju jednom od najboljih destinacija te joj dodijelila zlatnu nagradu za 2021. godinu. Nagrada je dodijeljena temeljem recenzija posjetitelja iz Nizozemske koje su rezultirale visokom ocjenom Opatije. Turistička agencija i portal Reisgraag.nl iz Nizozemske od 2015. godine nagrađuje destinacije s najboljim recenzijama posjetitelja na njihovoj stranici te se na portalu može pronaći više od 20.000 recenzija o destinacijama diljem svijeta. Destinacije se ocjenjuju na osnovu bodova za kategorije kao što su gostoljubivost, smještaj, plaže, noćni život, restorani, znamenitosti i kultura.

European Best Destinations i Forbes odabrali Opatiju kao jednu od 16 najromantičnijih europskih destinacija za Valentinovo



Ususret Valentinovu, Danu zaljubljenih, European Best Destinations i utjecajni američki časopis Forbes odabrali su Opatiju kao jednu od 16 najromantičnijih destinacija u Europi. Opatija je predstavljena kao mondeno obalno odmaralište i dragulj kvarnerskog područja, čija turistička tradicija seže još u 19. stoljeće. Izdvojene su jedinstvene opatijske vile i hoteli okruženi

egzotičnim vrtovima, parkovima i morem, ali i poznata proizvodnja čokolade. Riječ je o izboru najromantičnijih destinacija za Valentinovo u Europi kojeg je sastavila organizacija European Best Destination Organization (EBDO), koja u suradnji s Forbesom i drugim svjetski poznatim medijskim kućama promovira diljem svijeta milijunima putnika (turista) atraktivne i jedinstvene europske destinacije.

Opatijski Advent uvršten u katalog Light Magazine (više pod 1.2.1.1. Advent)



European Best Destination uvrstio Volosko među najljepše "skriveno dragulje" Europe

Volosko je odabrano među najljepše "skriveno dragulje" u Europi, prema izboru organizacije European Best Destinations čiji turistički portal ima više od šest milijuna posjetitelja. European Best Destinations (EBD) spada među vodeće neovisne autoritete u turizmu, a Volosko je svoju poziciju u prestižnom izboru zaslužilo odlukom panela putnika koji su birali između više od 280 destinacija diljem Europe.

Volosko je destinacija koju obavezno morate posjetiti zbog ukusne, iznimno svježe ribe i restorana s plodovima mora. Uživat ćete u dobrodošlici i autentičnoj atmosferi dok šćete ulicama Voloskog, otkrivajući ateljee umjetnika i umjetničke galerije, ali i čarobnom doživljaju klapske pjesme, jazz glazbe i drugih kulturnih i umjetničkih događanja, navodi EBD o Voloskom, ističući kako se radi o gradiću uz Opatiju, koju nazivaju jednom od najljepših destinacija u Hrvatskoj i utočištu za ljubitelje wellnesa, opuštanja i čokolade. Uz Volosko, među 10 destinacija "skrivenih dragulja" uvrštena su francuska, belgijska, španjolska, britanska, švedska i talijanska turistička mjesta.



Titula Wellness Champion 2021 dodijeljena TZ grada Opatija

TZ grada Opatija uključila se u globalni program World Wellness Weekend s aktivnostima besplatnog nordijskog hodanja uz stručnu pratnju, čime je započeo i jesenski program aktivnih šetnji kroz povijest Opatije. Posebnim programom uključile su se i hotelske kuće te wellness centri. Zahvaljujući brojnim aktivnostima koje organizira na otvorenom, s ciljem promocije zdravlja i aktivnog načina života, TZ grada Opatija dodijeljena je titula Wellness Champion za 2021. godinu.



Best Christmas Lights: Opatija uvrštena među najljepše uređene adventske gradove u Europi (više pod 1.2.1.7. Advent)

Najljepši Advent uz more, Advent u Opatiji, uvršten je na popis „Best Christmas Lights“ - popis najljepših božićnih uređenja u Europi. Jedan od najpoznatijih turističkih portala Best European Destinations predstavio je Advent u Opatiji i Opatiju smjestio uz poznate europske metropole.



3.3. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE (OGLAŠAVANJE SA STRATEŠKIM PARTNERIMA)

TZ grada Opatija sudjelovala je u sufinanciranju promotivnih kampanja s avio kompanijama i drugim strateškim partnerima na inozemnim tržištima u 2021. godini prema raspodjeli sufinanciranja od strane TZ Kvarnera, a sukladno kojem iznos sufinanciranja za TZG Opatija iznosi 25.600,00 kn, a iznos sufinanciranja za hotelske tvrtke iznosi 15.360,00 kn.

3.4. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

3.4.1. STUDIJSKA PUTOVANJA TURISTIČKIH AGENATA

Ukrajinski tour operatori i agenti

U organizaciji tvrtke LRH d.d. Opatiju su tijekom lipnja posjetile dvije grupe ukrajinskih tour operatora i agenata. Prva grupa od 13 agenata tvrtke „Alf Tour Operator“ boravila je u Opatiji od 9. do 12. lipnja, dok je druga grupa od 10 agenata tvrtke „Siesta Tour Operator“ u Opatiji boravila od 14. do 17. lipnja. Studijsko putovanje TZ grada Opatija podržala je s organizacijom stručnog vođenja u Opatiji te organizacijom turističkog proizvoda Feel&Taste u sklopu kojeg su agenti i tour opertori posjetili Park prirode Učka (Centar za posjetitelje Poklon i Vojak) i OPG Rumac na kojem su imali priliku upoznati i degustirati lokalne proizvode.

Austrijski, njemački, ukrajinski i američki touroperatori

Agencija Via Mea početkom lipnja organizirala je studijsko putovanje za 17 austrijskih i njemačkih touroperatora. TZ grada Opatija pružila je podršku kroz doček i pozdrav agenata u

hotelu i podijelu prigodnih poklona - suvenira i promotivnih materijala te organizaciju stručnog vođenja touroperatera Opatijom i zaleđem.

Tijekom svibnja TZG Opatija organizirala je program i razgled Opatije uz stručnog vodiča za njemačkog vlasnika agencije Traveledesign2 kao i za grupu predstavnika turističke agencije za luksuzni turizam Sun Valley iz Ukrajine.

U lipnju je Opatiju posjetio direktor prodaje prodajnog zastupnika na DACH tržištu, agencije za luksuzni turizam Diamonde, za kojeg je od strane TZ grada Opatija organiziran program boravka te stručno vođenje Opatijom i opatijskom rivijerom.

MEETEX Fam Trip

U srpnju je u suradnji s HTZ-om organizirano studijsko putovanje agenata poslovnog turizma koji su sudjelovali na kongresnoj burzi MEETEX, održanoj u ožujku ove godine. Za grupu agenata iz **Austrije, Češke, Nizozemske, Italije i Francuske** organiziran je zanimljiv i raznolik incentive program koji je uključio vožnju oldtimer vozilima Liburnia Classic Cluba tijekom koje su posjetili Park prirode Učka i upoznali Feel&Taste program na Veprincu. U poslijepodnevnim satima je organizirana šetnja gradom uz kostimiranog vodiča s posjetom Kristalnoj dvorani hotela Kvarner i Choco Crash Experience u Milenij Choco svijetu. Za agente je organizirana radna večera, u suradnji s TZ Kvarnera, u restoranu Nebo novootvorenog hotela Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa, a kojoj su se pridružili i lokalni predstavnici koji su također sudjelovali na nacionalnoj kongresnoj burzi MEETEX.

Virtuoso

Tijekom listopada je za Virtuoso američke agente za luksuzni turizam, koji su boravili u Ikadoru, organiziran doček uz prigodne poklone te razgled Opatije i rivijere uz stručnog vodiča.

Članovi Gospodarske komore Hartland iz američke države Wisconsin

Dana, 01.10. Opatiju i centar za inovacije u turizmu Hubbazia posjetili su članovi gospodarske komore Hartland iz američke države Wisconsin. Tom prigodom TZ grada Opatija pripremila je promotivne materijale o Opatiji i opatijskoj rivijeri te prigodne suvenire koji su službeno uručeni prisutnim predstavnicima Gospodarske komore Hartlanda, Milwaukee.

3.4.2. SURADNJA S NACIONALNIM I INOZEMNIM MEDIJIMA

Studijska putovanja novinara

U 2021. godini Opatiju su posjetili novinari iz devet zemalja za koje su djelatnici TZ grada Opatija pripremili program boravka, organizirali smještaj i posjet restoranima, razgled Opatije uz stručnog vodiča te pripremili promotivne materijale i suvenire:

- 31.5. - 01.6. Ukrajinski novinari i agenti (Kyiv Diplomatic; NTV Ukraine; tourinform.org.ua; TO Sunny Valley). Novinari: Antonina Linnik; Olena Dey; Fedir

Shandor; Agenti: Zhuk VAsyl, Lutak Viktor, Bukhanevych Sergii, Prasnja: Jasminka Boroja - Adriatic ;

- 7.- 13.06. Båtliv - nautički magazin, svedski novinari: Lars-Åke Redéen & Marie-Helén Redéen;
- 9. - 11.6. E15 – češke dnevne novine; novinari: Anna Križikova & fotograf;
- 18. - 19.6. RAI - emisija Dreamsroad; novinari: Valeria Cagnoni & Erinaldo Gattafoni (putovanja motorom);
- 20. - 28.6. Nautica – talijanski specijalizirani mjesečnik; novinari: Patrizia Magi & Giuseppe Passini;
- 15.09.2021. - njemački magazin Popszene Saarland & Luxemburg – novinar Frank Keil;
- 17.09. – 19.09. – mađarski on line magazin - Szeretlek Magyarország (200-230.000 čitatelja; 594.000 Facebook folovera) - novinari Vass Adrienn i Csákvári Péter;
- 25.09. - Emisija Radioreise - 1,5 milijuna njemačkih slušatelja – novinar Alexander Tauscher;
- 3.10. - švicarski GastroJournal - novinari Reto Wild i Jarom Alves;
- 13.10. – 15.10. – talijanski influenceri Salvatore Vitaifotograf Cristian Mennucci;
- 22.10. – 24.10. - RADtouren Magazin; RADbuch über Alpe Adria Raum (u nakladi izdavačke kuće Styria) – novinar Thorsten Brönnner;
- 10.11.2021. – španjolska TV produkcijska ekipa - snimanje "Španjolci u svijetu - Españoles en el Mundo"; Antonio Montero Diaz; Daniel Lerall Gallardo;
- 16.10.2021. – Maria Gorbacheva, sales representative - luxury za Russia & CIS, koja zastupa hotel Ikador kod luxury agencija u Rusiji, Ukrajini i Bjelorusiji;
- 03.12. - 5.12.2021. srpska novinarka portala telegraf.rs, Jelena Ostojić.

Suradnja s nacionalnim i inozemnim medijima

TZ grada Opatija je u stalnoj komunikaciji s medijima u Hrvatskoj i inozemstvu kojima se redovito šalju press priopćenja sa svim informacijama o turističkoj ponudi i događanjima u gradu, što je rezultiralo velikim brojem objava o Opatiji u nacionalnim i inozemnim medijima. Priopćenja i novosti šalju se i na sva strana predstavništva HTZ-a u svijetu, putem kojih se informacije dalje distribuiraju.

Direktorica i djelatnici TZ grada Opatije gostovali su u brojnim emisijama (reportažama) i live javljanjima nacionalnih televizija; Nove TV, RTL-a, HRT-a, N1 televizije i Kanala RI kao i u radijskim emisijama Radio Rijeke, Hrvatskog radija, Otvorenog radija, Narodnog radija, Radio Istre, Radio Pule, Radio Zadra, Radio Križevaca, Radio Labina, Soundset radija Trsat, radija Korzo i dr. te su na taj način postigli dodatnu vidljivost destinacije na domaćem tržištu.

Snimanje priloga za turističku emisiju TV kuće France 3

Direktorica TZ grada Opatija je gostovala u emisiji turističkog sadržaja za TV kuću France 3. TZ grada Opatija organizirala je i koordinirala gostovanje TV ekipe i pomogla u kreiranju emisije.



European Gardens with Monty Don

TZ grada Opatija je od ožujka dogovarala i koordinirala snimanje emisije TV kuće BBC „European Gardens with Monty Don“. Domaćin emisiji su Parkovi Opatija, a tema su parkovi i parkovna arhitektura Opatije. Snimanje se održalo 12. lipnja 2021. u Parku Angiolina, Parku sv. Jakov i Amerikanskim vrtovima. Emisiju vodi Monty Don, jedan od najpoznatijih vrtlara u Velikoj Britaniji, te poznati i popularni hortikulturni pisac, nakladnik i voditelj. Emisija je emitirana na BBC-u u siječnju 2022. godine te se očekuje milijunski doseg publike.



Posjet Hofit Golan i Alvara Nuneza Opatiji

U Opatiji je od 27. – 30. kolovoza boravila utjecajna instagram lifestyle influencerica Hofit Golan (više od 3.000.000 instagram pratitelja) i njezin zaručnik Alvaro Nunez (170.000 instagram pratitelja). Njezin dolazak organiziran je u suradnji HTZ-a i TZ grada Opatija, a podržali su ga i LRH d.d. i hotel Ikador. Hofit i Alvaru predstavljena je cjelokupna ponuda destinacije s posebnim naglaskom na wellness i gastronomiju. Rezultat su brojne objave na njihovim profilima.



European TV culture channel ARTE - Documentary show "Invitation au voyage"

U Opatiji se 27. rujna snimala dokumentarna serija European TV culture channel ARTE - "Invitation au voyage" na temu: austro - ugarska baština u Opatiji. TZ grada Opatija podržala je snimateljsku ekipu kroz sufinanciranje troškova smještaja, koordinaciju snimanja i dogovaranje sugovornika te kroz stručno vođenje Opatijom s posebnim naglaskom na austro - ugarsku baštinu.

Posjet studijske grupe stranih blogera, influencera i fotografa

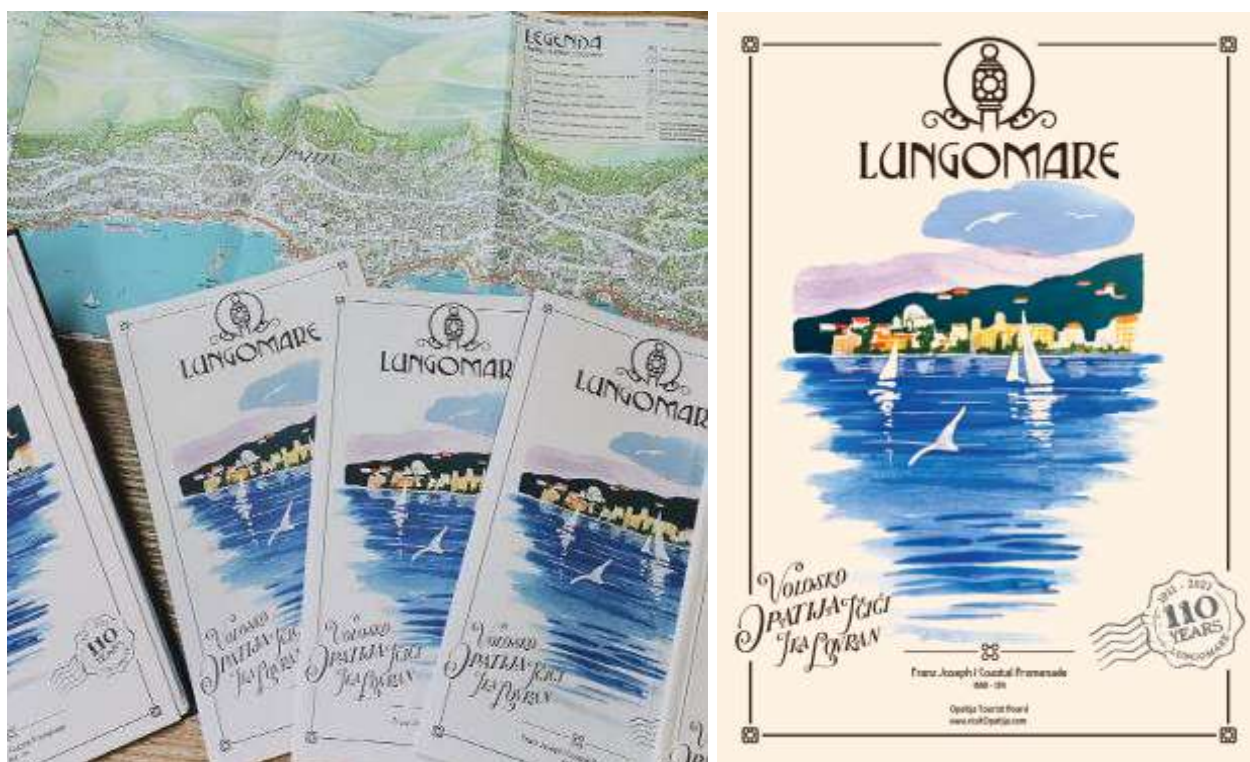
U suradnji s HTZ-om Opatiju je posjetila grupa utjecajnih blogera, influencera i fotografa iz Njemačke, Austrije, Poljske, Italije, Velike Britanije i Švicarske (8 osoba). TZG Opatija organizirala je stručno vođenje za grupu kako bi se upoznali s turističkom ponudom Opatije što je rezultiralo brojnim objavama na društvenim mrežama i velikom vidljivošću Opatije.

3.5. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

3.5.1. IZRADA I DISTRIBUCIJA INFORMATIVNIH MATERIJALA

U izvještajnom razdoblju izvršen je tisak te osmišljavanje i izrada sljedećih promidžbenih materijala:

- Mapa Lungomare: tvrdi uvez 600 kom; meki uvez 14.000 kom;
- Plakati Lungomare: B2 20 kom, B1 100 kom;
- Ploča Lungomare;
- City light – plan grada
- Kongresni katalog – reizdanje.



Obzirom na izazovnu situaciju ove je godine odlučeno kako se neće tiskati letak s događanjima „Summer 2021.“ već se letak pripremio u digitalnom izdanju. Letak se redovito ažurirao i slao svim subjektima u gradu.

Odlukom HTZ-a u 2022. godini na sajmovima će se destinacije predstavljati isključivo s digitalnim brošurama te su pripremljene digitalne brošure na četiri jezika (Opatijska rivijera, Be charmed, Lungomare, Outdoor, Opatija mala image brošura) koje su poslane HTZ-u za prezentacije i sajamske nastupe.

3.5.2. STVARANJE, ODRŽAVANJE I REDOVITO KREIRANJE SADRŽAJA NA MREŽNIM STRANICAMA I DRUŠTVENIM MREŽAMA

MREŽNE STRANICE

Web portal www.visitOpatija.com redovito se ažurira novim informacijama, kalendarima događanja, osvježnim foto i video materijalima na hrvatskom, engleskom, njemačkom, slovenskom, mađarskom i talijanskom jeziku. Tijekom 2021 g. web stranicu je posjetilo 317.532 korisnika, a ukupan broj pregleda stranice iznosi 905.090. Prosječno trajanje posjete stranice iznosi 1:39 minute. Najveći broj korisnika bilježi se iz Hrvatske, Njemačke, Austrije, Mađarske, Italije i Slovenije. Većina korisnika pristupa stranici putem mobitela, a slijede kompjuteri i tableti.

Kako je godina započela nastavkom adventske komunikacijske strategije „Osjeti čaroliju“ u siječnju je vizual na web stranici prilagođen Adventu. S ciljem snažnijeg povezivanja s gostima nakon adventske komunikacijske strategije i u promotivnim aktivnostima u 2021. godini naglasak je stavljen na emocije te je nakon čarolije, nastavljena komunikacija na bazi osjećaja

ljubavi. U veljači - mjesecu ljubavi poruke su slane s narativom „Osjeti ljubav“ te se vizual web stranice prilagodio romantičnom odmoru u Opatiji.

Od ožujka je u skladu s projektom „Opatija – oaza zdravlja i wellnessa“ naglasak stavljen na buđenje duha i tijela te predstavljanje mogućnosti za aktivan i wellness odmor u Opatiji kao i dugu tradiciju zdravstvenog turizma.

Kako je komunikacijska strategija bazirana na emocijama kroz koje se stvaraju snažne veze s gstim, Uskrs u Opatiji je obilježen uz poruke mira i blagosti.

Od sredine svibnja aktivno se krenulo s komunikacijskom strategijom „Provedi ljeto 2021. u Opatiji“ i to kroz segmente: ljeto kulture i zabave, ljeto aktivnosti, ljeto vrhunske gastronomije i ljeto na plaži. Naglasak je stavljen na ponudu prilagođenu ljetnim mjesecima i turistički proizvod sunce i more.

Jesen je pratila kampanja temeljena na wellness ponudi uz poseban naglasak na vrhunsku gastronomiju, dok se od početka studenog od kraja godine vizual prilagodio Adventu u Opatiju uz naglasak na prigodno uređenje, ugostiteljsku ponudu, Festival čokolade i bogat program događanja. Poseban naglasak stavljen je na virtualnu adventsku šetnju kako bi što veći broj posjetitelja uživao u opatijskoj blagdanskoj čaroliji.

Na web stranici po potrebi se ažurira posebna rubrika na vrhu stranice pod nazivom „Ostanimo odgovorni – informacije za siguran odmor“ u kojoj gosti mogu pronaći sve informacije vezane uz ulazak u Hrvatsku, sigurnosne mjere koje su na snazi i pravila ponašanja, kao i informacije o lokacijama testiranja u Opatiji.

Također, na web stranici je instaliran i chat box, kojim upravljaju djelatnici TZ grada Opatija, kako bi u što kraćem roku naši gosti mogli doći do svih relevantnih informacija.

TZ grada Opatija upravlja i web stranicom kongresnog ureda www.opatija-convention.com, na kojoj je predstavljena kongresna ponuda, te se redovito ažuriraju informacije o kongresnim kapacitetima. Stranica je namijenjena organizatorima poslovnih skupova, ali isto tako i sudionicima, a kalendar kongresa je posebno koristan za sve gospodarske subjekte u gradu jer mogu pratiti kada se održavaju veći kongresi.

TZ grada Opatija održava i zajedničku stranicu turističkih zajednica Opatijske rivijere www.opatija-riviera.info. Na stranici su osim kontakata svih turističkih zajednica Opatijske rivijere objavljene i virtualna šetnja Opatijskom rivijerom kao i outdoor karte Opatijske rivijere. TZ grada Opatija financira i Internet domenu i održavanje web stranice Udruge obiteljskog smještaja grada Opatija.





DRUŠTVENE MREŽE

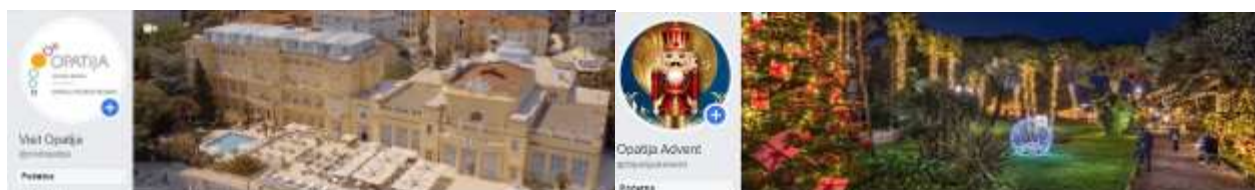
TZ grada Opatija upravlja profilima Visit Opatija na društvenim mrežama Facebook, Twitter, Instagram i You Tube. Broj pratitelja na Facebooku iznosi 44.812 pratitelja, a Instagram profil Visit Opatija prati više od 24.000 pratitelja. Djelatnici TZ grada Opatija aktivno objavljuju sadržaje na društvenim mrežama te u suradnji s agencijama provode oglašavanja na društvenim mrežama. Sadržaji se prilagođavaju godišnjim dobima i turističkim proizvodima, a imaju za cilj stvaranje pozitivnog imidža Opatije. Na društvenim mrežama se redovito objavljuju i informacije o događanjima u Opatiji.

Komunikacija na društvenim mrežama prati komunikacijsku strategiju baziranu na osjećajima, uz predstavljanje komparativnih prednosti Opatije: stoljetne tradicije u turizmu i zdravstvenom turizmu, vrhunska gastronomija, blizina emitivnim tržištima, Feel&Taste doživljaj te mogućnosti za odmor u prirodi i aktivan odmor. Pratitelji su redovito informirani i o svim mjerama koje su na snazi u Hrvatskoj i Opatiji te mogućnostima tur. putovanja.

Većina sadržaja na Facebooku kreira se na 6 jezika (hrvatski, njemački, talijanski, engleski, slovenski i mađarski), dok se na Instagramu, Twitteru i Youtube-u komunikacija odvija prvenstveno na engleskom jeziku.

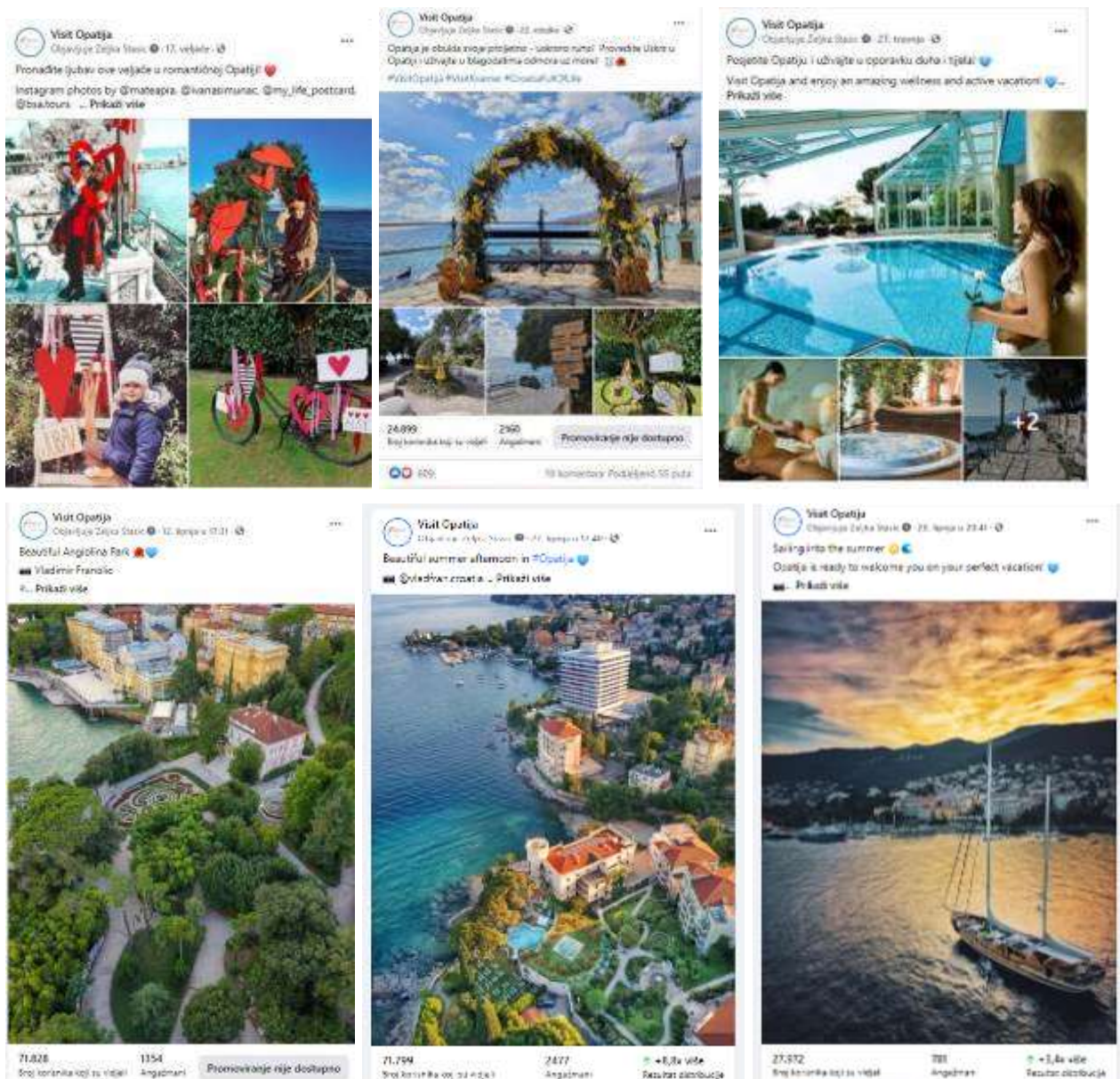
Djelatnici TZ grada Opatija u vrlo kratkom roku odgovaraju na sve upite i poruke primljene preko društvenih mreža te potiču interakciju na svojim društvenim mrežama.

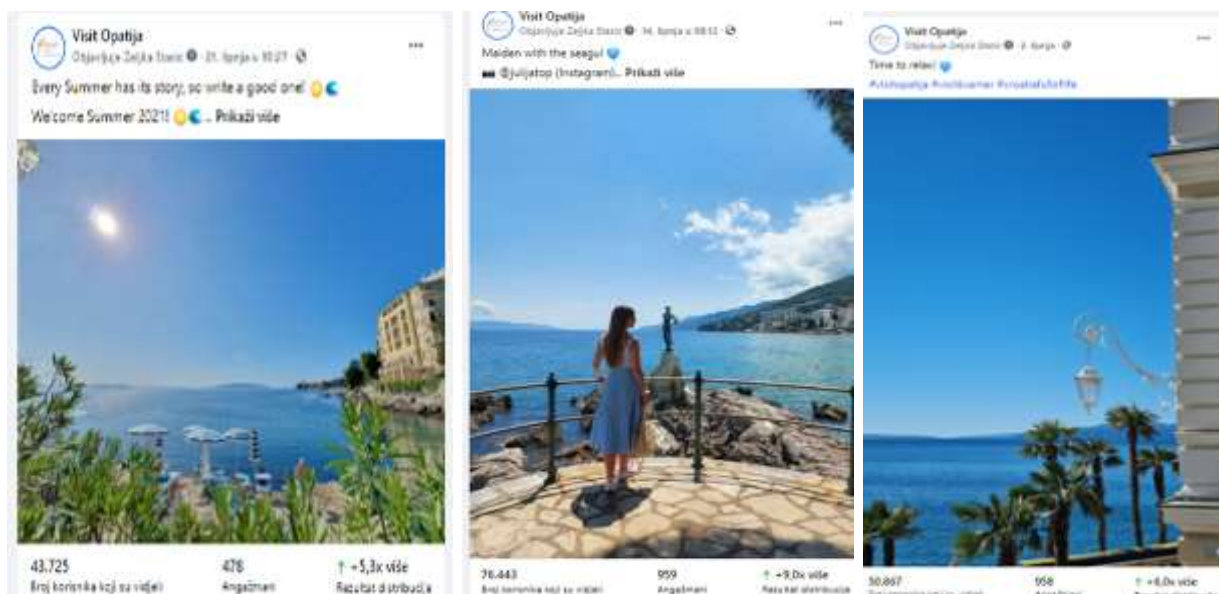
TZ grada Opatija upravlja i Facebook stranicama RetrOpatija (2.524 pratitelja), Opatija Advent (14.000 pratitelja) i Feel &Taste (5.555 pratitelja) na kojima se objavljuju sve novosti vezane uz popularna opatijska događanja i projekte. Aktivno se i pravovremeno kreiraju i Facebook evente za sva događanja u organizaciji TZ grada Opatija te objedinjuju sa svim događanjima ostalih organizatora.





TZ grada Opatija osmislila je i realizirala prigodne kampanje na društvenim mrežama pod nazivom „Osjeti ljubav iz Opatije“, „Opatija – uvijek sigurna ideja“, „Darujte si Opatiju“, „Opatija – oaza zdravlja i wellnessa“, „Provedi ljeto u Opatiji“ i „Osjeti čaroliju Opatije“ s ciljem promocije Opatije kao cjelogodišnje destinacije koja nudi sve potrebno za savršen odmor. S korisnicima se komuniciralo putem facebook i Instagram profila Visit Opatija. Svakodnevni kvalitetni sadržaji naišli su na odlične reakcije korisnika te potakli značajnu interakciju s korisnicima. Ideja je bila putem digitalnih alata prenijeti ljepotu Opatije svima, koji zbog izazovne situacije uzrokovane pandemijom, nisu bili u mogućnosti putovati i posjetiti Opatiju, ali i potaknuti na putovanje goste s domaćeg tržišta i ostale koji su u mogućnosti putovati.





3.6. INTERNET STRANICE

U 2021. godini TZ grada Opatija redovno je održavala Internet stranice www.visitOpatija.com, www.opatija-convention.com, www.opatija-riviera.info, kao i Internet stranicu Udruge iznajmljivača obiteljskog smještaja na domeni www.opatijaholiday.com. U održavanje su uključena ažuriranja sadržaja i strukture, zakup domena i hosting. Također je zakupljena i domena www.visitOpatija.eu, kako bi se povećala dostupnost portala www.visitOpatija.com. Troškovi uključuju i godišnji zakup prostora na Dropbox-u.

3.7. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

3.6.1. OTKUP SADRŽAJA, FOTOGRAFIJA I OSTALIH PODATAKA

U 2021. godini otkupljene su image fotografije Opatije te je realizirano fotografiranje na temu gastronomije kao i drugih turističkih proizvoda i manifestacija.

3.6.2. PROIZVODNJA MULTIMEDIJSKOG MATERIJALA

Izrađen je promotivni video posvećen vrhunskoj gastronomskoj ponudi Opatijske rivijere. Gastronomija Opatijske rivijere, kao jedan od glavnih turističkih proizvoda, predstavljena je kroz novi promotivni video koji je na atraktivan način predstavio dostignuća vrhunskih „chefova“ i ekskluzivnih restorana opatijske rivijere i autohtonu eno i gastro ponudu opatijskog zaleđa. Za potrebe novog promotivnog videa posvećenog Adventu u Opatiji tijekom prosinca je realizirano snimanje s modelima na atraktivnim adventskim lokacijama te se pristupilo montaži videa koji će poslužiti kao promotivni alat u promociji Opatija Adventa 2022./2023.

3.8. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

Turističko informativni centar na lokaciji M. Tita 128, obavlja svoje zakonom propisane zadaće. U TIC-u su trenutno zaposlene tri djelatnice (dvije stručne suradnice i informatorica; voditeljica TIC-a je na porodiljnom dopustu).

U skladu sa Statutom TZ grada Opatija poslovi TIC-a su:

- prikupljanje, obrada i davanje informacija u cilju poticanja promidžbe turizma na području destinacije,
- informiranje turista o znamenitostima i atrakcijama u destinaciji,
- davanje ostalih potrebnih turističkih informacija,
- suradnja s informativnim organizacijama,
- suradnja s pružateljima usluga u turizmu,
- prikupljanje informacija o turističkim potrebama i drugim pojavama od značaja za turizam destinacije,
- ostali poslovi.

Poslovni prostor u kojem je poslovao TIC na adresi Maršala Tita 128. prodan je novom vlasniku u prosincu 2021. g. te se nakon primopredaje prostora, TIC privremeno preselio na adresu Vladimira Nazora 3. Dogovoren je najam novog prostora u vlasništvu LRH d.d. te se pristupilo uređenju istog. Otvaranje TIC-a u novom prostoru očekuje se u ožujku 2022. g.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

Kako prekrasnu adventsku bajku Opatije ne čine samo predivno uređeni parkovi, trgovi, šetnice i javni prostori, već i brojni poslovni objekti koji su svojim uređenjem proširili blagdanski duh na čitavo središte grada, TZ grada Opatija i ove je godine provela izbor najljepših adventskih izloga, te najuspješnije nagradila novčanim nagradama (1.mjesto 3.000,00 kn, 2. mjesto 2.000,00 kn i 3. mjesto 1.000,00 kn).

4.2. POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE

U sklopu projekta Volim Hrvatsku TZ grada Opatija sufinancira dostupnost i brzinu Interneta hot spot zona u gradu. TZ grada Opatija upravlja i vodi brigu o audio opremi u vlasništvu Grada Opatija kako bi u Parku Angiolina, na šetnici Lungomare, Portiću i oko Umjetničkog paviljona Juraj Šporer posjetitelji Opatije mogli uživati u atraktivnoj glazbenoj kulisi. Glazba se puštala svakim danom od siječnja do travnja, a u svibnju samo vikendima. Za potrebe Adventa u Opatiji prigodna glazba se puštala svakodnevno tijekom trajanja događanja.

Tradicionalno, TZ grada Opatija organizirala je 24. travnja podjelu sadnica iznajmljivačima obiteljskog smještaja na području TZG Opatija. Podjela je održana u rasadniku Parka Angiolina u Opatiji, a svaki iznajmljivač dobio je na poklon 5 sadnica cvijeća kao i promotivne materijale Opatije namijenjene njihovim gostima.

TZ grada Opatija ove je godine, uz Advent, osmislila i prigodno uredila opatijske parkove za Valentinovo i Uskrs. (vidi točke 1.2.1.2. i 1.2.1.3.).



Obzirom na situaciju uzrokovanu pandemijom COVID-19 TZ grada Opatija unajmila je prostor u centru Opatije u kojem su se provodila dodatna testiranja gostiju.

4.3. EDUKACIJE

Edukativno predavanje „Obiteljski smještaj u 2021. godini“

TZ grada Opatija organizirala je edukativno predavanje namijenjeno privatnim iznajmljivačima pod nazivom „Obiteljski smještaj u 2021. godini“ koje se održalo 30. ožujka 2021. putem aplikacije Microsoft Teams. Teme predavanja su bile: trenutna situacija, turistička kretanja u svijetu, prognoze do konca godine; Safe stay – oznaka sigurnosti, Covid 19 protokol; mjere Vlade Republike Hrvatske za pomoć iznajmljivačima, zakonske promjene; na što treba staviti naglasak u promociji i komunikaciji s potencijalnim gostima te digitalni marketing za iznajmljivače. Nakon predavanja otvorena je rasprava, a odlični predavači Nedo Pinezić i David Peranić iz Dantes savjetovanja odgovorili su na brojna pitanja iznajmljivača.



U listopadu 2021. g. realiziran je nastavak tečaja engleskog jezika za privatne iznajmljivače, koji je zbog epidemiološke situacije prekinut u 2020. godini. Tečaj organizira TZ grada Opatija u suradnji s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu i Udrugom obiteljskog smještaja Opatije, a besplatan je za sve iznajmljivače privatnog smještaja s područja TZ grada Opatija.

Za sve privatne iznajmljivače TZ grada Opatija zakupila je pretplatu na stručni mjesečnik Apartmani Plus.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Opatija je dugogodišnja članica Europskog udruženja turističkih gradova (European Cities Marketing - ECM). Članstvom u ECM-u Opatija dobiva dodatnu promociju, ima pristup bazi znanja i mogućnost savjetovanja razmjene iskustva s drugim sličnim destinacijama.

TZ grada Opatija je pridruženi član Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT), a Goran Pavlović je redovni član, te aktivno sudjeluje u radu udruge kao tajnik. U ime udruge vodi program Hrvatski kongresni ambasadori, koji HUPKT provodi u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom.

TZ grada Opatija je od rujna 2016. g. članica Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera kao i dugogodišnja članica Federacije karnevalskih gradova FECC te Saveza udruga karnevalskih gradova Hrvatske.

Djelatnica Daniela Grlaš je članica te od srpnja 2020. tajnica kluba Skål International Kvarner. Djelatnice Željka Stašić i Gracia Krainer članice su Hrvatske udruge za odnose s javnošću.

6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Ured TZ grada Opatija, prema zakonskim zadaćama osmišljava, priprema i izrađuje, provodi i prati učinkovitost provođenja Programa rada, te vodi stručne i administrativne poslove. U Turističkom uredu je zaposleno 6 osoba: direktorica, dvije projektne menadžerice, menadžer za kongresni i ostale oblike turizma, marketing menadžerica te stručna referentica za financijske i računovodstvene poslove.

7. OSTALE AKTIVNOSTI

7.1. KOORDINACIJA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPATIJSKE RIVIJERE

TZ grada Opatija kontinuirano provodi koordinaciju s TZ-ima opatijske rivijere. Održano je više radnih sastanka na temu zajedničkih aktivnosti, promocije, razvoja turističkih proizvoda i nastupa na turističkim sajmovima, usklađenom kalendaru događanja kao i drugim projektima, a posebno na temu vezano uz situaciju pandemije i tijekom turističke sezone.

7.2. AKTIVNOSTI VEZANE UZ COVID-19 KRIZU

TZ grada Opatija kontinuirano je informirala sve pružatelje smještaja u destinaciji o svim aktivnostima vezanih uz Covid-19 krizu. Na Internet stranicama TZ grada Opatija – www.visitopatija.com, kreirana je posebna rubrika pod nazivom „Ostanimo odgovorni –

informacije za siguran odmor“ u kojoj se nalaze sve relevantne informacije vezane uz ulazak gostiju u Hrvatsku, sigurnosne mjere koje su na snazi i pravila ponašanja kao i sve važne informacije vezane uz testiranje u Opatiji. Sve informacije objavljuju se u pet jezičnih varijanti te se ažuriraju na dnevnoj bazi.

7.2.1. EDUKACIJA ZA HOTELIJERE I PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE

Dana 21. svibnja u organizaciji TZ grada Opatija i Epidemiološke službe Nastavnog zavoda za javno zdravstvo PGŽ Ispostava Opatija održani su online sastanci s hotelijerima i privatnim iznajmljivačima na temu “Postupak kod sumnje na pojavu simptoma bolesti COVID-19 kod gosta”.

Direktorica TZ grada Opatija gđa Suzi Petričić je upoznala turističke djelatnike o važećim pravilima ulaska u Republiku Hrvatsku i povratku inozemnih gostiju u matične zemlje, mogućnostima PCR i brzog antigenskog testiranja u Opatiji te o ostalim temama vezanim uz sigurnost u destinaciji. Sve navedene teme turistički djelatnici i njihovi gosti mogu pronaći i preuzeti na mrežnim stranicama www.visitOpatija.com.

O aktualnoj situaciji kao i protokolu u slučaju pojave simptoma Covid-19 bolesti operativno osoblje hotelskih tvrtki i privatne iznajmljivači informirao je gđin Mario Sušan, dr. med. spec. epidemiologije.



7.2.2. TESTIRANJE NA COVID-19

Nastavni zavod za javno zdravstvo PGŽ Ispostava Opatija, Dom zdravlja Opatija te Specijalna klinika Medico (od 12. lipnja) provodili su antigensko i PCR testiranje, dok je aktivnost redovitog informiranja goste, hotelskih kuća i privatnih iznajmljivača te koordinaciju preuzela TZ grada Opatija. Informacija o mogućnostima testiranja redovito se ažurirala i objavljevala na mrežnim stranicama TZG Opatija na 6 jezika, a izrađen je i informativni letak, koji je prosljeđen svim hotelima i privatnim iznajmljivačima.

Dana 10. lipnja u Opatiji je održana konferencija za medije na kojoj su gradonačelnik Grada Opatije gđin Fernando Kirigin, načelnik Općine Mošćenička Draga gđin Riccardo Staraj, zamjenica gradonačelnika Grada Opatija gđa Kristina Đukić i direktorica TZ grada Opatija gđa Suzi Petričić najavili otvaranje novih lokacija za testiranje brzim antigenskim i PCR testom na

SARS-CoV-2 u Opatiji i Mošćeničkoj Dragi, u suradnji sa Specijalnom bolnicom "Medico" iz Rijeke. Troškove najma prostora u hotelu Paris snosi TZ grada Opatija. Testiranja su se u Opatiji provodila svaki dan uključujući vikende i praznike do 3. listopada.

Prema podacima Doma zdravlja PGŽ, ispostava Opatija i specijalne bolnice Medico, u razdoblju od lipnja do sredine studenog je na području Opatije brzim antigenskim testom testirano ukupno 9.828 osoba od kojih su 8.756 bili stranci. Od početka godine, zaključno s 12. studenog napravljeno je ukupno 11.113 brzih antigenskih testova. Prema podacima epidemiološke službe NZZJZ ispostava Opatija od početka godine do 30. lipnja 2021.g. napravljeno je ukupno 9.590 PCR testova. Nakon uvođenja Covid potvrda za javni sektor, te smanjenja turističkog prometa prekinuto je prikupljanje podataka o testiranjima. Podaci o lokacijama testiranja su redovito ažurirani na web stranici i u letku, te dostavljani turističkim subjektima kako bi svi imali točnu informaciju.

Covid-19 test locations 
 Information on locations for Rapid Antigen Test (RAT) or PCR test on COVID-19 for guests departing from Opatija

Rapid Antigen Test (RAT)	PCR test
1. Hotel Paris address: Nikola Tesla street • every day – 9:00-11:00 • test results in 60 min • online order and payment: app.medico.hr • price: 100,00 HRK (with promo code 100MEDI)	1. Hotel Paris address: Nikola Tesla street • every day – 9:00-11:00 • test results in 24 hours • online order and payment: app.medico.hr • price: 550,00 HRK
2. Health Centre Opatija address: stubište dr. Vande Ekl 1 • Mon-Fri – 7:00-9:00 • Sat – 8:00-10:00 • test results in 30 min • price: 150,00 HRK*	2. Annex Hotel Belvedere address: Ive Kaline 2 • Mon-Sat – 8:00-10:00 • test results in 24 hours • price: 390,00 HRK*
3. Annex Hotel Belvedere address: Ive Kaline 2 • Mon-Sat – 8:00-10:00 • test results in 30 minutes • price: 125,00 HRK*	Locations Google Map: 

*For locations 2 and 3 payment on site in cash (HRK) only.
 More info: <https://www.visitopatija.com/en/informations-s302>

HR  DE  EN 



7.2.3. PRIJAVE ZA CIJEPLJENJE IZNAJMLJIVAČA PRIVATNOG SMJEŠTAJA

Na poziv Nastavnog zavoda za javno zdravstvo PGŽ, TZ grada Opatija izradila je online anketu za prikupljanje prijave za cijepljenje iznajmljivača privatnog smještaja. Putem anketnog obrasca prikupljene su ukupno 164 prijave koje su dostavljene TZ Kvarnera na daljnju obradu.

7.2.4. SURADNJA POLICIJE S PREDSTAVNICIMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA

Dana 2. lipnja u Policijskoj postaji Opatija održani su sastanci na temu „Sigurna turistička sezona 2021. g.“. Na poziv načelnika PP Opatija sastanku su prisustvovali čelnici JLS Opatijske rivijere, čelnici javnih službi kao i predstavnici hotelskih kuća. Uz načelnika PP Opatija, sastancima je prisustvovala direktorica TZ grada Opatija gđa Suzi Petričić.

Predsjednik TZ grada Opatija

Fernando Kirigin, mag.oec.