



IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORA
TURISTIČKE ZAJEDNICE ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE

-2022.-

Direktor:
mr.sc. Krešimir Šakić

Šibenik, veljača 2023. godine



UVOD

TURISTIČKA 2022. GODINA - dvanaest mjeseci

Turistička 2022. godina u Šibensko- kninskoj županiji obilježena je sljedećim činjenicama:

- turistička godina 2022. je polučila jako dobre rezultate
- u razdoblju od siječnja do prosinac zabilježeno je 1.021.491 dolazaka i 6.753.163 noćenja što predstavlja porast od 121,54% u dolascima i 114,14 % u noćenjima u odnosu na isto razdoblje 2021. godine
- najviše noćenja su ostvarili Njemački (17,19%), Poljski (10,35%), Slovenski (8,97%), Češki (8,86%), Slovački (6,60%), Austrijski (5,62%) i Mađarski (3,80%) turisti.

I. ADMINISTRATIVNI MARKETING

TURISTIČKA ZAJEDNICA ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE

U svom djelovanju Turistička zajednica Šibensko – kninske županije surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom, 17 turističkih zajednica gradova, općina i mjesta, a intenzivnu koordinacijom održava s turističkim zajednicama 5 teritorijalno bliskih županija (Zadarske, Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko-neretvanska i Ličko-senjske). Također, intenzivna je suradnja i s Ministarstvom turizma, Šibensko–kninskom županijom, Hrvatskom gospodarskom komorom, Obrtničkom komorom, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima i ostalim dionicima povezanim s turizmom. Turistička zajednica Šibensko-kninske županije obavlja stručne i administrativne poslove, sukladno Pravilniku o djelokrugu, organizaciji, sistematizaciji i unutarnjem ustrojstvu Turističke zajednice Šibensko-kninske županije, u cilju stručnog, kvalitetnog, pravovremenog i odgovornog izvršavanja poslova Zajednice, utvrđenih člankom 59. Pravilnika, u Turističkoj zajednici ustrojena su sljedeća radna mjesta:

1. Direktor Zajednice
2. Pomoćnik direktora za razvoj i sustav TZ
3. Pomoćnik direktora za operativni marketing
4. Pomoćnik direktora za financije i računovodstvo
5. Stručni suradnik/ica za promociju i studijska putovanja

Direktor Turističke zajednice Krešimir Šakić.

Na radnom mjestu pomoćnika za razvoj i sustav TZ poslove obavlja Ivana Lušić.

Pomoćnik direktora za operativni marketing je Ines Ljubić.

Pomoćnik direktora za financije i računovodstvo Katarina Aleksić.

Stručni suradnik za promociju Nikolina Staničić.

Zaključno, Turistička zajednica Šibensko-kninske županije trenutno zapošljava direktora i 4 djelatnice.

Turistička zajednica administrativno vrši pripreme radnje za održavanje sjednica Tijela zajednice.

U razdoblju siječanj – prosinac 2022. godine održano je:

- 2. sjednice Skupštine (17. ožujka) i (20. prosinca),
- 11. sjednica Turističkog vijeća (16. veljače, 17. ožujka, 29. ožujka, 08. travnja, 27. travnja, 05. svibnja, 10. lipnja, 04. srpnja, 19. listopada, 08. prosinca i 20. prosinca).

KOORDINACIJA DJELOVANJA I NADZOR IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TZ GRADOVA, OPĆINE I MJESTA NA PODRUČJU ŽUPANIJE

KOORDINACIJA SUSTAVA

Turistička zajednica županije ima obvezu koordinirati djelovanje i nadzirati izvršavanje zadaća i ciljeva lokalnih turističkih zajednica. U 2022. godini održane su tri koordinacije s direktorima lokalnih TZ, od čega je jedna koja je bila u organizaciji Hrvatske turističke zajednice:

1. Koordinacija je održana 06. 07. u 12,00 u zgradi županije , uz sljedeći dnevni red:

1. Tijek sezone
2. Aktualni projekti
3. Tekuća problematika

2. Koordinacija je uz sudjelovanje direktora Kristijana Staničića i kolege iz HTZ-a i Ministarstva bila održana 20. srpnja u Interpretacijskom centru katedrale sv. Jakova Civitas Sacra u Šibeniku uz sljedeći dnevni red:

1. Tijek turističke sezone u destinacijama
2. Strateški marketing i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje od 2022. - 2026.
3. Razno

3. koordinacija je održana 21. 10. na OPG-u Marcelovi dvori u Pirovcu uz sljedeći dnevni red:

1. Osvrt na proteklu turističku sezonu
2. Potencijalni zajednički projekti
2. Aktualna problematika

Komunikacija s direktorima LTZ je bila i na dnevnoj bazi putem grupa na društvenim mrežama i e-mailom pri čemu su rješavani problemi aktualni u pojedinom trenutku.

PROJEKT UVOĐENJA QL (Quality Label) PRIVATNOG SMJEŠTAJA

Zbog značaja i specifičnosti privatnog smještaja Šibensko kninske županije, te činjenice kako se povećanjem kvalitete smještaja u postojećim kapacitetima i podizanjem razine usluga mogu stvoriti preduvjeti za jačanje te produženje glavne sezone, Turistička zajednica Šibensko kninske županije je u suradnji sa sustavom lokalnih turističkih zajednica pokrenula projekt Označavanja kvalitete (labelling) u obiteljskom smještaju pod marketinškim imenom „Like HOME“. Riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja, o nadopuni postojećeg sustava kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju, te su definirani su posebni kriteriji za svaki podbrend, sukladno potrebama koje bi mogli imati korisnici traženog podbrenda.

Početak ožujka smo objavili javni poziv za uključenje u klub kvalitete, a koji će biti otvoren do kraja godine kako bi se zainteresirani mogli prijavljivati sukladno svojim planovima i željama. U ovoj godini planira se uvesti novi podbrend Eco friendly, koji je

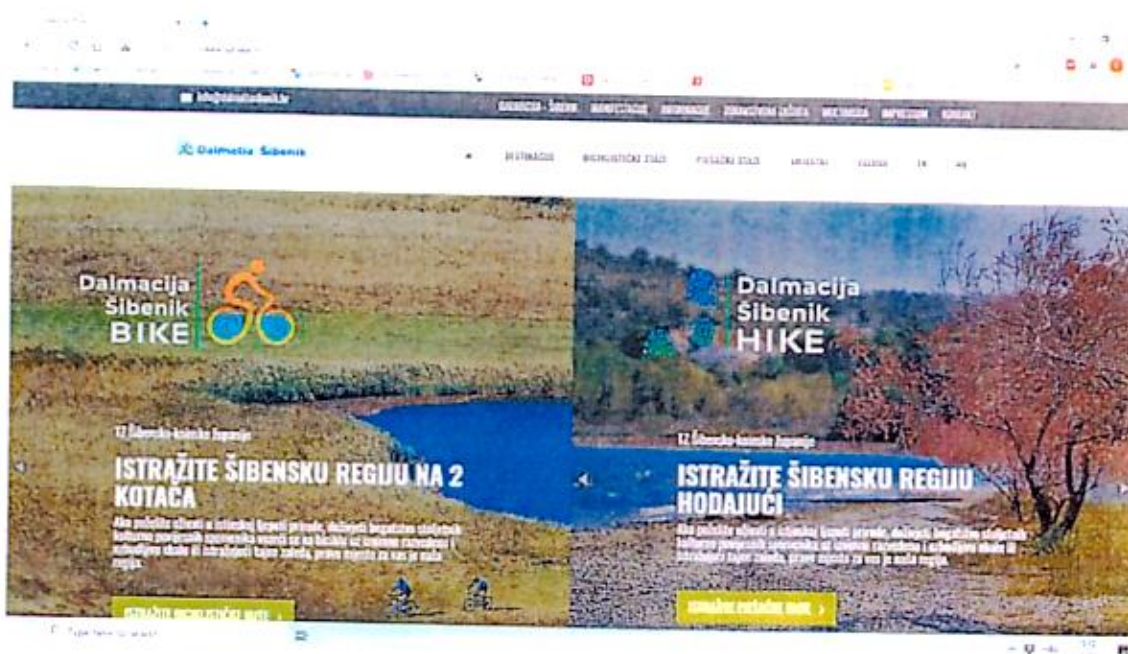
u skladu s trendovima potražnje. Ukupno, uz osnovni brend Like Home, postoji mogućnost uključenja u sljedeće podbrendove:

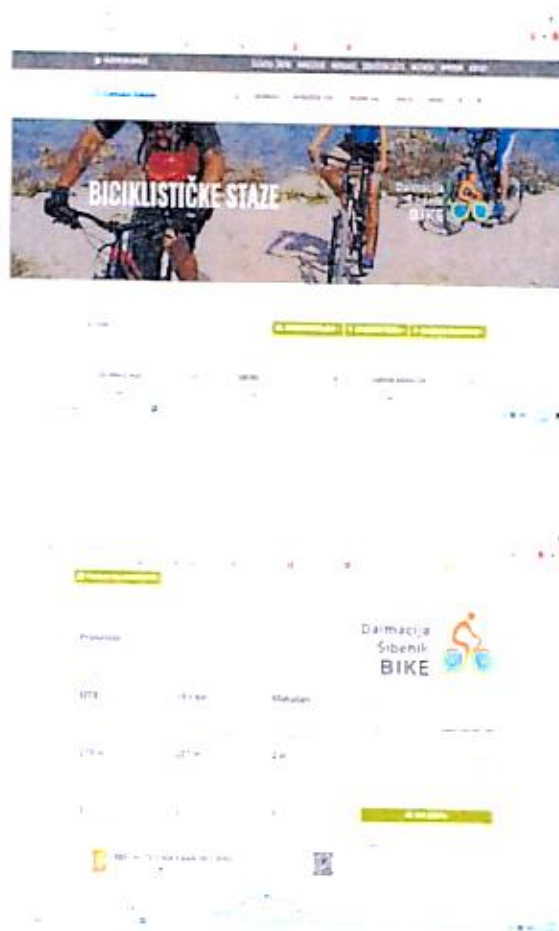
1. Like HOME City
2. Like HOME Rural
3. Like HOME Bike
4. Like HOME Luxury - (luksuzni apartmani) / Luxury Premium – (kuće za odmor)
5. Like HOME Eco

PROJEKT RAZVOJA CIKLOTURIZMA U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJI

Turistička zajednica Šibensko kninske županije je u suradnji s sustavom lokalnih turističkih zajednica pokrenula projekt razvoja cikloturizma. Nakon potpisivanja sporazuma o projektu krenulo se u realizaciju istoga. Sukladno uputama Hrvatskih i županijskih cesta, Broj staza u županiji je trenutno 85, ukupne dužine 2.450 km. Označno preko 60 % staza u županiji.

Web stranica je osvježena i ažurirana s novim podacima, brošura i karte nisu dodatno tiskane jer su količine na skladištu bile dovoljne za planirane sajmove i aktivnosti.





RAZVOJ HIKE PONUDE U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJI

TZ Šibensko kninske Županije je 2019. godine započela projekt razvoja hike segmenta turističke ponude, čija je provedba zamišljena po istom principu kao i projekt razvoja cikloturizma, koji se pokazao kao uspješan i funkcionalan.

Ij sporazumu s lokalnim turističkim zajednicama definirana je i trasirane 41 rute u različitim destinacijama u županiji. Radna skupina koja je snimala rute se vodila načelom da ruta bude zanimljiva, da obuhvaća različite atrakcije (ugostiteljske objekte, OPG-ove, arheološka nalazišta, vidikovaca i sl.), te da bude atraktivna u turističkom smislu. Vođeni tom idejom za članove radne skupine angažirane su agencije koje se bave isključivo hike turama, planinarski klubovi i pojedinci koji su članovi HGSS-a. Staze su kategorizirane u tri kategorije: lagane, srednje i teške, te su podijeljene po zonama (ukupno 5 koje obuhvaćaju destinacije u Županiji). Sve rute se

nalaze na stranici www.bikeandhike.hr. TZŽ je na početku projekta definirala standarde za označavanje hike ruta, kojima će se označavati sve rute u županiji. Kako se većina ruta nalazi u zaštićenim područjima, zaključeno je da je ekološki prihvatljivije postavljati što manje fizičkih znakova, te su se staze markirale oznakama planinarskih staza kojima su boje prilagođene zoni kojoj pripadaju. Fizički znakovi na ruti će se postavljati samo na nekim raskrižjima i mjestima koja će to zahtijevati. Ukupno je markirano 15 staza u županiji, a u tijeku je markiranje i ostalih, te je plan do kraja travnja označiti sve rute. Ovim projektom je realizirano i postavljanje 16 info tabli za 20 ruta na području županije. Neke LTZ će same postaviti ostatak tabli koje je potrebno postaviti na njihovom području (npr. TZG Šibenika imati označene sve pješačke rute na području djelovanja TZG Šibenika jedinstvenom signalizacijom prema Hike standardima TZŠKŽ).

Projekt je u iznosu od 198.000,00 kn sufinanciran od strane HTZ-a iz Fonda za razvoj turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području.





PROJEKT RURAL EXPERIENCE – tematske rute Šibensko kninske županije

Projekt označavanja kvalitete u ruralnom turizmu Šibensko-kninske županije pokrenut je 2017. godine od strane Turistička zajednica Šibensko-kninske županije u suradnji sa Šibensko-kninskom županijom i sustavom lokalnih turističkih zajednica. U projektu se posebna pozornost posvetila inventarizaciji turističke atrakcijske osnove, ponudi i posebnim oblicima ruralnog turizma te suradnji. Standardizacija i certifikacija ruralnog turizma Šibensko-kninske županije dobrovoljna je dopunska kategorizacija koja se provodi s ciljem unapređenja objektivne kvalitete i marketinške atraktivnosti ponude usluga seoskog turizma, na način da služi kao poticaj i naputak pružateljima usluga u njihovom nastojanju oko unapređenja svoje ponude, a potencijalnom gostu osigurava potpuniju i vjerodostojnu informaciju o nuđenim uslugama.

U okviru projekta provodi se više aktivnosti: klasifikacija, standardizacija, certifikacija, dodjela oznaka kvalitete, edukacija, marketinško oblikovanje, promocija i sl. Glavni ciljevi projekta su:

- detaljna i proizvodu prilagođena standardizacija i klasifikacija koja ima prvenstveno za cilj još jače kvalitetno integrirati usluge na domaćinstvima, ali i konačno detaljno informirati gosta šta može očekivati odući li se za odmor u ruralnom turizmu,
- kvalitativni odmak ka uvažavanju i prepoznavanju osobitosti i specifičnosti ovog turističkog proizvoda od ostalih turističkih proizvoda

- povećanje kvalitete turističke ponude u ruralnom turizmu
- jačanje vidljivosti i prepoznatljivosti ruralnog turizma
- poticanje specijalizacije prema različitim ciljnim skupinama i tržištima
- jačanje predsezona i posezone

Pravilnikom o standardima kvalitete u ruralnom turizmu Šibensko-kninske županije — Labelling utvrđuje se postupak standardizacije i certificiranja ruralnog turizma, ureduju se standardi ruralno-turističke kvalitete, procesi klasifikacije i certifikacije, postupak označavanja, procedura standardizacije i dodjela oznaka kvalitete. Definirana je Branding strategija razvoja ruralnog turizma Šibensko kninske županije, a za finalnu fazu je slijedilo definiranje tematskih puteva (vina, ulja, sira, pršuta i sl.), koje su u proteklom periodu stavljene na čekanje zbog pandemije.

Cilj organiziranja tematskih i kulturnih ruta Šibensko kninske županije je tematski uvezati ponudu tradicijskih proizvoda na razini županije kao prepoznatljivog regionalnog turističkog proizvoda u smislu stvaranja turističkih atrakcija. Stoga se pokazalo kao nužno i iznimno važno definirati tematske rute, koje će u budućem periodu omogućiti svim dionicima rute bolju vidljivost, promociju i u konačnici poboljšanje vidljivosti i dostupnosti krajnjem potrošaču. Za destinaciju je ovaj vid turističke ponude jako važan, obzirom na sve veći interes gostiju koji provode svoj odmor na području Šibensko-kninske županije. Autohtono, lokalno i ekološko je ono što gost današnjice traži i treba, odnosno želi, a da pritom ne pita za cijenu. Mišljenja smo da je ovo dobar put razvoja ruralnog turizma i turističke ponude u županiji, kojim će se poboljšati imidž destinacije.

Nakon obilaska terena definirane su sljedeće tematske rute:

1. Vinska ruta
2. Ruta sira
3. Ruta maslinovog ulja
4. Ruta drniškog pršuta
5. Medna ruta

U prvoj polovici iduće godine planirano je označavanje ovih ruta.

Projekt je u iznosu od 200.000,00 kn sufinanciran od strane HTZ-a iz Fonda za razvoj turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području.





PROJEKT TASTE LIKE DALMATIA ŠIBENIK

Projekt *Taste like Dalmatia Šibenik* je projekt brendiranja eno gastro ponude u Šibensko-kninskoj županiji. Cilj projekta je stvaranje prepoznatljivog brenda kuhinje i isticanje komparativnih prednosti područja, kao i dodatnu afirmaciju vrhunskih regionalnih namirnica i delicija poput janjetine, ekstra djevičanskog maslinovog ulja, sireva, vina autohtonih sorti i sl., odnosno jačanje eno i gastronomske ponude županije te stvaranje njene prepoznatljivosti kao destinacije bogate gastronomske ponude na globalnom turističkom tržištu.

U tom kontekstu, aktivnosti projekta su:

1. analiza i evaluacija eno i gastronomske ponude u Šibensko-kninskoj županiji,
2. analiza potencijala i mogućnosti jačanja eno i gastronomske ponude kao turističkog proizvoda županije,
3. definiranje turističkih proizvoda eno i gastronomske ponude u Šibensko kninskoj županiji,
4. plan komunikacijskih aktivnosti vezanih uz promoviranje eno i gastronomske ponude,

5. prijedlog aktivnosti i projekata potrebnih za jačanje eno i gastronomske ponude Županije.

Projekt Taste like je pokrenut krajem 2018. godine, kada je dogovorena suradnja s Institutom za turizam u izradi Strategije razvoja eno gastro ponude Šibensko-kninske županije. Strategija je dovršena u ljeto 2019. godine. Daljnji plan je bio pokrenuti postupak brendiranja i labellinga svih dionika eno gastro ponude, edukaciju, obilazak terena i stvaranja baze podataka koji bi bili od značaja za projekt. Projekt je bio privremeno zaustavljen zbog pandemije. Unatoč izazovnim i nepredvidivim vremenima, projekt je malo prilagođen i nastavljen na način da je uz interes vinara došlo do organizacije dvije manifestacije: Dana otvorenih kušaonica i Pidoća i debit se vole. Ovim manifestacijama se krenulo u promociju lokalnih vinara i lokalne namirnice pidoće (dagnje) koja se sljubljuje s lokalnom sortom vina Debit, a koja dozrijeva i najbolja je za konzumaciju u periodu proljeća i ljeta. Obje manifestacije postigle su veliki uspjeh te će se nastaviti i ove godine s ciljem dodatne promocije lokalnih vina i namirnica karakterističnih za ovu regiju.

Obzirom da Šibensko kninska županija obiluje brojnim lokalnim autohtonim sortama vina (debit, babič, maraština, lasin i dr.) te da je ponuda vinarija koje nude vrhunska vina isključivo lokalnih sorti sve bolja, odlučeno je nakon velikog uspjeha prve, eksperimentalne, godine, ponovno organizirati Dane otvorenih kušaonica Šibensko kninske Županije. U ovogodišnjem izdanju je sudjelovalo 14 vinarija od Primoštena, Šibenika, Vodica, Murtera, Pirovca i Skradina do Drniša, Oklaja i Knina. Manifestacija je prepoznata i ocijenjena od domaćih posjetitelja (Šibensko-kninska, Zadarska, Splitsko-dalmatinska županija, te područje Zagreba) kao izvrstan događaj koji uspješno promovira eno-gastro ponudu i upoznaje goste s pričama lokalnih vinarija. Provedena manifestacija nam je pokazala da uspjeh među lokalnim stanovništvom, odnosno domaćim gostima najvažniji kanal prijenosa informacija i vlastitog doživljaja stranim gostima. U organizaciji su uz vinare sudjelovale i lokalne turističke agencije koje su kreirale programe te turistički vodiči. Organiziran je i prijevoz kako bi sudionici mogli bezbrižno uživati u vinima. Kreirane su i dvije različite rute kako bi se mogle posjetiti sve vinarije: zelena ruta (koja je uključivala većinom vinarije u kontinentalnom dijelu Županije) i plava ruta (koja je pratila vinarije u morskim destinacijama). Posjetitelji su bili izuzetno zadovoljni s obje rute, a atmosfera bila odlična. Osim samih posjetitelja, zadovoljstvo nisu krili ni vinari koji su jako zadovoljni ovom manifestacijom kojom su dobili priliku prezentirati svoju ponudu znatno široj publici, a u kojoj je bio i određeni

broj ugostitelja s kojima su pojedini vinari uspjeli uspostaviti, kako sami kažu, uspješnu suradnju. Uz navedeno, ostvarena je i zadovoljavajuća prodaja buteljiranih vina. Turistička zajednica Šibensko-kninske županije je ovom manifestacijom postigla efekt prepoznatljivosti i vidljivosti na eno karti šire regije, a najvažniji rezultat manifestacije je to što su regionalne autohtone sorte lokalnih vinara prepoznate od Strane ugostitelja u našoj i susjednim županijama, te je velik broj restorana prije ostalih nude lokalna vina čime doprinose svom, ali i imidžu cijele županije. Vjerujemo da je i ovaj oblik dodatne i pojačane promocije tome doprinio.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije u suradnji s turističkom zajednicom grada Šibenika u sklopu projekta Taste like organizirala je i pravo gastro uživanje na manifestaciji Pidoća i Debit se vole na kojoj su posjetitelji mogli uživati u specijalitetima od pidoća (dagnji) i lokalnom vinu sorte debit koja je specifična isključivo za područje Šibensko kninske županije. Drugo izdanje manifestacije okupilo je lokalne uzgajivače pidoća, ugostitelje i chefove, koji su na šibenskoj rivi Školjke pripremali po svojim receptima, dok su vinari su svakom posjetitelju preporučili vino debit. Svaki vinar je imao partnera koji je pripremao školjke, a posebno se pazilo da jelo odgovara vinu koje se uz njega nudi, pri čemu su vina, iako sva sorte debit, u nijansama bila različita. Uz zalazak sunca, lijepu glazbenu podlogu, dobro društvo i skladne okuse Šibenčani i njihovi gosti ponovno su otkrili da se pidoća i debit vole, ali i da oni vole ovu dobitnu kombinaciju. Manifestacija se i u drugom izdanju ponovno potvrdila kao dobar izbor što su prepoznali i influenceri i ljubitelji vinske kapljice iz susjednih regija koji su došli posjetiti događanje. Lokalno stanovništvom i brojni strani gosti, kojih je u to vrijeme u Šibeniku bio značajan broj, ocijenilo je ovu manifestaciju kao top gastro događaj koji promovira lokalnu namirnicu iz obližnjih uzgajališta pripremljenu na razne maštovite načine sljubljenu s vinom debit kojeg su nudili vinari iz cijele županije. Projekt će se nastaviti i unaprijediti i dalje, uz namjeru širenja i na druge destinacije u cilju promocije jela i namirnica specifičnih za određene destinacije (skradinski rižot, kninska pastrva, drniška peka, kornatska janjetina i sl.).

U sklopu projekta dogovorena je suradnja s časopisom *Ice & piće*, te je zajedno s turističkim zajednicama Šibenik, Vodice, Murter i lokalnim poduzetnicima realizirano objavljivanje specijalnog izdanje *Ice & piće Topos* posvećeno eno-gastronomskoj ponudi Šibensko-kninske županije.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije se odlučila na ovakav jedinstveni vid promocije iz razloga što je bogata autohtonim vinima i poznata po ukusnoj lokalnoj hrani, neobičnim i originalnim receptima. Kroz priče i fotografije želja je turistima dočarati eno gastronomsko bogatstvo lokalnih proizvođača i potaknuti ih da posjete županiju, te kušaju i kupe specifične proizvode. Turistička zajednica krenula je u ovaj projekt s ciljem da turisti ostanu duže, da se vrate u županiju, da zadovolje svoju hedonističku znatiželju i da prijateljima prepričavaju doživljaje ovoga prekrasnoga kraja uz mogućnost da sa sobom ponesu ili u svojim prebivalištima potraže neki od proizvoda kako bi svoju priču potkrijepili nezaboravnim okusima. U časopisu je predstavljeno sve što jednom ljubitelju eno gastronomije treba preporučiti na području županije. Sadržaj o hrani, vinima i namirnicama tipičnima za ovu destinaciju prikazan je na hrvatskom i na engleskom jeziku. Ovo specijalno izdanje časopisa ima 96 stranica, a nema ga u slobodnoj prodaji već je namijenjeno je gostima koji odsjedaju u turističkim objektima u županiji. Naklada od 10 000 primjeraka se distribuirala na najfrekventnija mjesta (turistički informativni centri, hoteli, marine, turističke agencije, restorani, obiteljski smještaj, mini kruzeri). Časopis je svojevrsni gastro vodič u kojemu se ističe bogato eno gastro naslijeđe i bogatstvo koje ova županija ima. Iće&piće originalan je hrvatski proizvod s autorskim tekstovima u dvojezičnoj varijanti (hrvatski i engleski jezik) te jedinstvenim fotografijama. Raznolik sadržaj o tradicijskoj hrvatskoj kuhinji, vinskim podrumima, raznim reportažama ili intervjuima s najpoznatijim svjetskim chefovima ilustriran je moćnim i originalnim fotografijama Damira Fabijanića. Gourmand Awards Paris potvrdio je reprezentativnost i kvalitetu časopisa i dodijelio mu titulu 3. najboljega gurmanskog časopisa na svijetu.

U sklopu projekta provedena je anketa među ugostiteljima, vinarima i ostalim dionicima ugostiteljske djelatnosti u županiji, koja je imala sljedeće ciljeve:

1. odrediti temelj eno gastro priče (intervjui, prikupljanje podataka),
2. provesti radionicu s intervjuiranim, ali i drugim zainteresiranim sudionicima,
3. te kreirati baze podataka o odabranim proizvodima/namirnicama ili jelima s kratkom definicijom istih.

Nakon provedenih aktivnosti zaključeno je da među ugostiteljima postoji veliki raspon u potrebama, problemima i idejama, ali svi su se složili u nekoliko stvari:

1. problem sezonalnosti,
2. problem umrežavanja s malim proizvođačima, odnosno mali kapaciteti proizvođača nasuprot potrebama ugostitelja u sezoni što rezultira problemima u postojanosti i dostupnosti kvalitetnih namirnica,
3. problem kvalitetne radne snage
4. potreba za edukacijama.

Nastavno na spomenuto, organizirana je panel rasprava na kojoj su sudjelovali panelisti iz različitih sfera povezanih s eno gastro ponudom:

1. Tina Vickov - turistička agencija Šibenik plus (agencija specijalizirana za individualne ture osobito povezane s eno gastro temom),
2. Matija Bumbak - uzgajivač školjaka Platforma 022,
3. Ante Sladić – vinar,
4. Tome Računica — ugostitelj (restoran Cantinetta),
5. Tomislav Krnić — ugostitelj (konoba Vinko).

Raspravljalo se o spomenutim problemima i potrebama, a u publici su između ostalih ugostitelja nazočili i predstavnici brojnih institucija (JU NP Krka, Regionalna razvojna agencija Šibensko-kninske županije, obrtničke komore i lokalne turističke zajednice).

Zaključak panel rasprave je da je potrebno češće organizirati manifestacije i okupljanja koja će imati za cilj umrežavanje s lokalnim proizvođačima, edukacije ugostitelja i osoblja u restoranima te masterclassove putem kojih bi se upoznali s lokalnim namirnicama, odnosno njihovom primjenom u gastronomiji. Turistička zajednica Šibensko-kninske županije se obvezala nastaviti ovaj projekt u idućoj godini te razmotriti i razraditi prijedloge ugostitelja u cilju što efikasnije buduće suradnje svih dionika.

Zaključno nakon svih provedenih aktivnosti objedinjene su i definirane eno gastro ikone Šibensko kninske županije, koje će se dodatno naglašavati u promotivnim aktivnostima TZ Šibensko kninske županije. Projekt je financiran dijelom iz Fonda za turističke

zajednice na turistički nedovoljno razvijenom području od strane HTZ-a i to u iznosu 200.000,00 kn.

U sklopu projekta snimljene su i reportaže u specijaliziranoj emisiji HRT-a Fino i vino. Snimljeno je pet emisija koje se mogu pogledati na youtube kanalu:

1. Pidoća&debit se vole

https://www.youtube.com/watch?v=CiK_Dlo922U

2. Kroz Skradin

<https://www.youtube.com/watch?v=4FM3MY0CMH8>

3. Vizzulin i Prgin vina

https://www.youtube.com/watch?v=W2OLR_lakGA

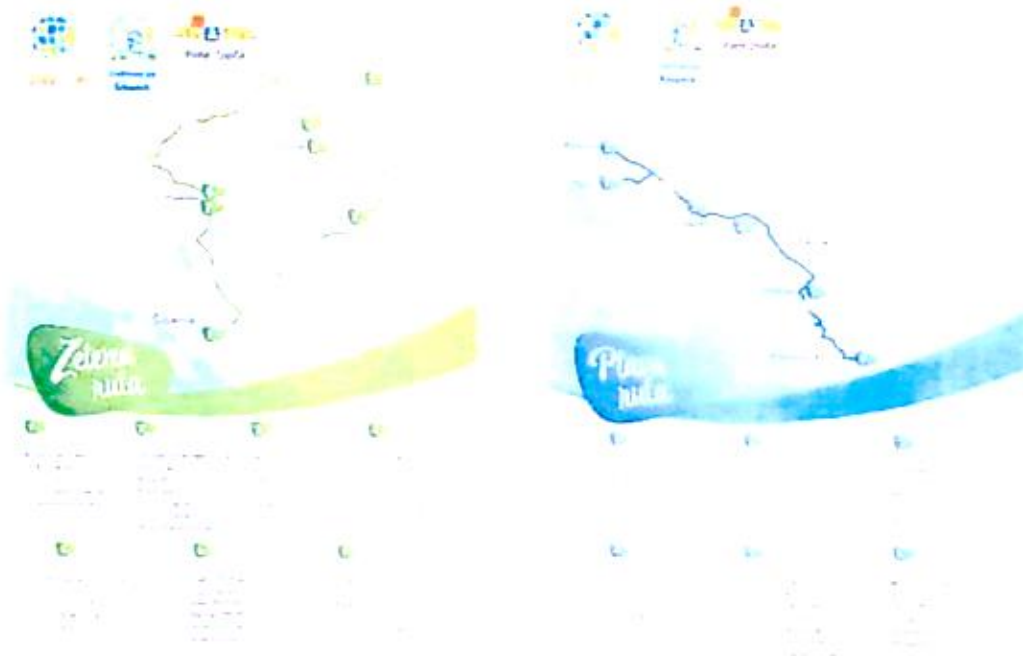
4. Šibenska marena

https://www.youtube.com/watch?v=_uR1QqeAO5E

5. Kokteli i fritule

<https://www.youtube.com/watch?v=BFNYB2dUXcY>





DALMATIA ŠIBENIK OUTDOOR FESTIVAL – razvoj aktivnog turizma i outdoor proizvoda

TZ Šibensko kninske županije je u cilju razvoja aktivnog turizma organizirala 1. izdanje Dalmatia Šibenik Outdoor festivala, u kojemu su partneri bili i TZ Grada Šibenika i TZM Zlarin. Festival je zamišljen tako da obuhvati različite sportske discipline, koje će se u budućnosti razvijati kao dio aktivnog (outdoor) segmenta turističke ponude.

Prvo izdanje festivala odvijalo se na ukupno tri lokacije: Malom Vignju na Jadriji, otoku Zlarinu te Baldekinu. Lokacije za održavanje sportskih natjecanja su pažljivo odabrane, pri čemu uključile i dva „stogodišnjaka“: Jadriju koja je ove godine proslavila stotu godinu gradskog kupališta te otok Zlarin, koji slavi 100 godina organiziranog bavljenja turizmom. Baldekin, gdje je košarkaški Mozart, Dražen Petrović, napravio svoje prve košarkaške korake, bio je logičan izbor za natjecanje u basketu. Pored basketa organizirano je natjecanje u još pet natjecateljskih disciplina: trail (2 dužine staze — 8 i 17 kilometara), sportsko penjanje, SUP, kajak. Organizirane su i besplatne radionice joge, sportskog penjanja, SUP-a i kajaka, te radionice za djecu.

Festival je održan 8. i 9. listopada uz sljedeći program:

SUBOTA, 08.10.2022.

10:30 Trail (2 staze dužine 8 km i 17 km) — start i cilj na Malom Vignju

10:45 Radionica za djecu — Mala škola outdoor sporta

13:00- Ručak na Malom Vignju

14:00 Besplatne radionice kajakinga i SUP-a na Malom Vignju

13:30 Besplatna radionica penjanja — Poturičini kruzi (Zlarin)

15:00 Natjecanje u sportskom penjanju — Poturičini kruzi (Zlarin)

15:00 Besplatna radionica joge - Zlarin

NEDJELJA, 09.10.2022.

10:00 Besplatna radionica joge — Mali Viganj (Jadrija)

10:00 Natjecanje u SUP-u — Mali Viganj (Jadrija)

11:30 Natjecanje u kajakingu — Mali Viganj (Jadrija)

15:00 Natjecanje u basketu 3x3 za djecu — Baldekin (vanjsko igralište)

16:30 Natjecanje u basketu 3x3 za odrasle — Baldekin (vanjsko igralište)

Oko 350 sudionika uživalo je u brojnim sportskim aktivnostima. Odaziv na prvi Dalmatija Šibenik Outdoor Festival bio je odličan. Na pet natjecateljskih disciplina: trailu 8 km i 17 km, sportskom penjanju, SUP-u, kajakingu i basketu 3x3 te maloj outdoor školi za djecu, radionicama joge, sportskog penjanja, SUP-a i kajakinga sudjelovalo je oko 350 ljubitelja aktivnosti na otvorenom. Uz lokalne stanovnike, pridružili su se i „outdoorovci“ iz raznih dijelova Hrvatske, koji su došli isključivo zbog festivala, a bilo je i stranih natjecatelja. Uz bogati sportski program nije nedostajalo ni dobre zabave, ukusne spize te vrijednih nagrada. Prvi Dalmatija Šibenik Festival otvoren je trailovima od 8 km i 17 km, na kojima je sudjelovalo čak 158 natjecatelja od čega 120 na trailu od 8 km i 38 na trailu od 17 km. Ljubitelji trčanja i brzog hodanja uživali su u prekrasnim vizurama Jadrije, Prižbe, Bogdanovića i Martinske, a poredak je bio sljedeći: u muškoj kategoriji 8 km prvo mjesto pripalo je Ivanu Pindriću, drugo Ivanu Čuklinu, a treće Marku Amanoviću. U istoj kategoriji za žene na prvom mjestu je bila Ana Antolović, druga Petra Guberina, a treća Ivana Bralić. U kategoriji trail 17 km najbrži muškarac je bio

Jadranko Mušić, drugi Emanuel Baković, a treći Ivan Perišić. Kod žena prva je u cilj utrčala Radmila Maksimović, zatim Nataša Gulin te treća Ivana Mrva.

Neposredno nakon starta traila, koji je jedan od najemotivnijih trenutaka ovakvih festivala, uslijedila je mala Škola outdoor sporta na kojoj se okupilo između 30-ak djece. Mališani su uživali u različitim sportskim zadacima i vježbama na otvorenom, a dobili su i festivalske majice te poklone sponzora. Nakon tjelovježbe su se prebacili na „znanost“ na otvorenom, uz zanimljive praktične vježbe Tinker Labsa.

Subotu popodne neki su odlučili i dalje provesti na Malom Vignju, gdje su imali priliku isprobati SUP i kajak u sklopu besplatne radionice, dok se ostatak ekipe „prebacio“ na Zlarin gdje su se mogli priključiti radionici joge, radionici sportskog penjanja te natjecanju u sportskom penjanju na prekrasnom penjalištu Poturičini kruzi.

U nedjelju ujutro se uživalo u morskim disciplinama, natjecanju u SUP-u i kajakingu, koje se odvijalo pred brojnim gledateljima i navijačima na predivnoj plaži Mali Viganj. Bilo je čak 17 veslača na SUP-u te 26 u kajacima, a rezultati su sljedeći; prvo mjesto u SUP-u kod muškaraca pripalo je Domagoju Paukoviću, drugo Andriji Španji, a treće Tončiju Grguričinu. Kod žena je najbrža bila Anamarija Grbčić-Pahlić, druga Nataša Cesar, a treća Mina Mikec. U jakom veslačkom ritmu nastavili su kajakaši, u konkurenciji mješovitih parova, a medalje su pripale: Krešimiru Ivančeviću i Nardu Preleviću, Robertu Dasoviću i Andriji Španji te Marinu Vukosavu i Mateju Lozančiću. U nedjelju ujutro, nešto dalje od energične ekipe okupljene na plaži Mali Viganj, održala se još jedna opuštajuća radionica joge.

Popodnevi dio programa nastavio se na Baldekinu, na prekrasnom košarkaškom igralištu pokraj spomenika Dražena Petrovića, gdje se održalo natjecanje u baketu 3x3 za djecu (sudjelovalo je čak 9 miješanih ekipa) te basketu 3x3 za odrasle kojem je prisustvovalo šest miješanih ekipa. Prvaci su ekipa „Bezimeni“: Lovre Pancirov, Josip Babun i Marko Buva, drugo mjesto pripalo je ekipi „Split“: Željenu Branići, Ivanu Močiću i Zoranu Tešulovu, a treće mjesto ekipi „Crni“: Lovri Tanfari, Vitu Sutloviću, Juri Zeljku i Roku Bertjafi.

Tijekom cijelog festivala vladala je odlična atmosfera, i to zahvaljujući simpatičnom voditeljskom tandemu Sanji Raičković i Marku Slamiću te DJ MengRenu, a ekipa s Malog Vignja i Zlarina pokazala se kao odličan domaćin! Volontiranju tijekom festivala se odazvalo 20-ak ljudi, koji su svojim angažmanom i trudom dali dodatnu dimenziju

ovom festivalu i dokazali kako su ovakva događanja idealna za stjecanje novih prijateljstava i nezaboravnih uspomena.

Dalmatia Šibenik Outdoor Festival dobio je i svoje prvo festivalsko pivo, za koje se pobrinuo partner festivala Šibenska pivovara. I startni paketi su bili bogatiji zahvaljujuću Sapunoteci, Zott-u i Cetini, a nakon natjecanja outdoor-ovci su se mogli zasladiti ukusnim Moderato kolačima. Pobjednici natjecateljskih disciplina su, osim medalja, osvojili i vrijedne nagrade sponzora: Šibenik Outdoor Adventure, JU NP Krka, JU Priroda, Agromaleš, Bel Cro, pizzeria Viva, Bronzin, Aqua, Galerija Juraj Dalmatinac, Hotel Olympia, Tvrdava kulture Šibenik, Vinoplod Vinarija Šibenik, Konoba Vinko, Scala pub & wine bar, Festina Lente i Deni Design. Organizator Dalmatia Šibenik Outdoor Festivala su TZ Šibensko-kninske županije, uz partnerstvo TZ grada Šibenika i TZ Zlarin, a medijski pokrovitelji ŠibenikIN, Radio Šibenik, Radio Ritam, te Šibenski portal. Obzirom na veliki uspjeh prvog festivala, već je načelno dogovoren i drugi Dalmatia Šibenik outdoor festival, koji će se održati u sličnom periodu 2023. u Skradinu. Obzirom da je početna ideja i bila da se festival svake godine premjesti na drugu lokaciju u Županiji — i to jedne godine lokacija na moru, a iduće u kontinentalnom dijelu, a sve u cilju promocije svih dijelova i resursa kojima šibensko kninska županija obiluje, određeno je da to u idućoj godini domaćin bude grad Skradin. Sportske discipline će biti prilagođavane lokaciji održavanja i potencijalu destinacije u kojoj će festival biti. Festival je bio sufinanciran dijelom iz sredstava Fonda za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenom području, i to u iznosu oko 98.000,00 kn.

INTERNET STRANICE

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije od 2018. godine kontinuirano unapređuje i doraduje pokrenutu web platformu www.dalmatiasibenik.hr koja predstavlja izvrstan temelj kao *landing page* oglašavanja i promocija čiji je cilj primarno inspirirati i potaknuti ljude na dolazak u destinaciju, povećati svijest o samoj destinaciji i njenim proizvodima te pružiti sve relevantne informacije o destinaciji.

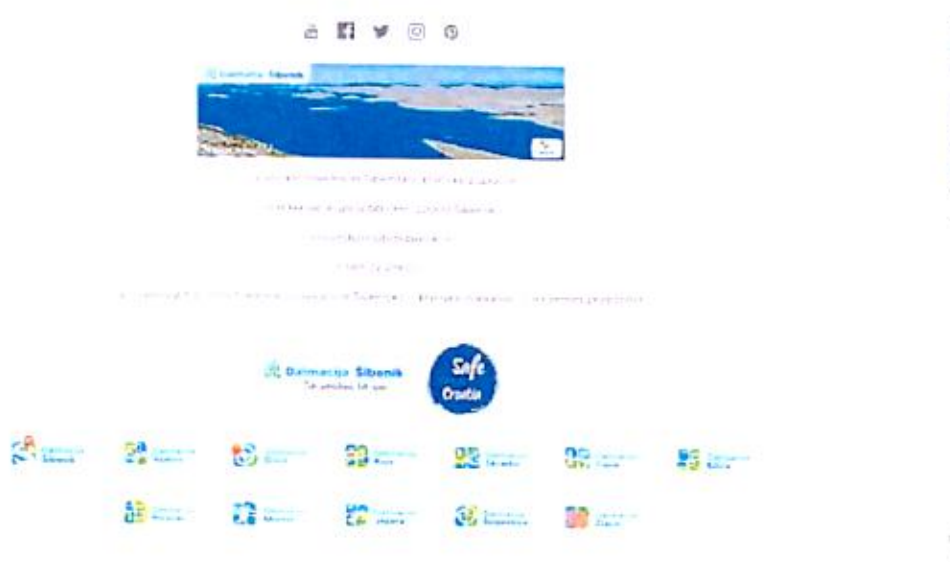
Web stranicu karakteriziraju čist, svjež i jednostavan responzivni dizajn prilagođen uređajima svih veličina, brzo i jednostavno pretraživanje, te relevantan sadržaj koji odgovara na potrebe potencijalnih posjetitelja. Sadržaj web stranice se mijenja tijekom godine, ovisno o projektima, događanjima te proizvodima koje želimo istaknuti sukladno strateškom planu i programu.

Web stranica ističe jedinstvenosti, atraktivnosti i posebnosti destinacije i njenih područja, a trenutno je prevedena na engleski i njemački jezik.

U 2022. godini u suradnji sa Mastercardom dio web stranice preveden je na talijanski i nizozemski jezik u sklopu ciljanog oglašavanja na spomenutim tržištima.



U 2022. godini na svim pokrenutim web platformama apliciran je jedinstveni vizualni identitet sustava i to u footeru destinacijskog weba, kao i headeru svake od web stranica lokalnih turističkih zajednica. Osim jedinstvenog vizuala, logotipovi dodatno povezuju destinacijski web s webovima lokalnih turističkih zajednica, što istima omogućava veću vidljivost prilikom oglašavanja, kako destinacijskog weba, tako i zajedničkog oglašavanja.



U sklopu projekta Taste Like, na web stranici su prezentirane vinarije i kušaonice Šibensko-kninske županije. Svaka od vinarija predstavljena je odgovarajućom fotografijom visoke rezolucije uz pripadajuću fotogaleriju te najvažnijim informacijama.



Projektom Dalmatia Šibenik Outdoor Festival na web stranici je posebno i dodatno prezentirana i ponuda sportskih aktivnosti u županiji.



ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA | PROMETNA IZLOŽBA IZ OBLASTI TURIZMA I REKREACIJE

Pokazite svoje sportske vještine i prirodnje ljubavnik
uživajte u prirodi i na čistom zraku, u društvu obitelji ili prijatelja na
prvom Dalmatia Šibenik Outdoor Festivalu

ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA | PROMETNA IZLOŽBA IZ OBLASTI TURIZMA I REKREACIJE
PROMETNA IZLOŽBA IZ OBLASTI TURIZMA I REKREACIJE
PROMETNA IZLOŽBA IZ OBLASTI TURIZMA I REKREACIJE
PROMETNA IZLOŽBA IZ OBLASTI TURIZMA I REKREACIJE

Najnovije vijesti iz područja turizma sada se nalaze na naslovnici destinacijskog weba.



Također, u 2022. godini povezali smo Instagram račun sa web stranicom.

Instagram



Budući da su sve web stranice postavljene na jedinstvenoj aplikaciji putem jednog CMS sustava, upravljanje sadržajem je jednostavno, a dijeljenjem članaka je postignuto smanjenje troškova.

Trenutno je na zajedničkoj web platformi live devet web stranica lokalnih turističkih zajednica, i to: TZ Murter - Kornati, Knin, Skradin, Tisno, Pirovac, Bilice, Šibenik, Vodice i Drniš.

Tijekom 2022. godine kontinuirano smo, u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, ažurirali i popunjavali pokrenute web stranice kreiranjem članaka, prikupljanjem i sortiranjem fotografija i ažuriranjem baza podataka.

Jedna od novosti je tako prezentiranje lokalnih murterskih proizvoda na web stranici TZ Murter-Kornati, što je, i prema potvrdi samih proizvođača polučilo značajniju vidljivost.



Lokalni proizvod na lokalni dobitak

Murter se promovira svojim raznim lokalnim proizvodima i razvija
umjetnički proizvodstvo, kao i tradicionalno i modernu umjet-
nost. Murter 20. stoljeće stvorilo je poznato suvenirno i odgojno-
pedagoško radno područje murterskih proizvođača.



Web stranice turističkih zajednica Jezera, Betine, Zlarina i Rogoznice su kreirane unutar CMS sustava, a njihova je objava planirana tijekom 2023. godine.

KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

ONLINE KOMUNIKACIJE

U 2022. godini i dalje je naglasak bio na aktivnosti na izradi kreativnih rješenja i produkciju on-line alata s ciljem usklađivanja s novim trendovima na globalnom tržištu i adekvatnog promoviranja kroz sve komunikacijske alate, među kojima su on-line kanali trenutačno najjači generatori povećanja broja turista. Sada više nego ikad, on-line aktivnosti su se pokazale kao neizostavni promotivni kanal .

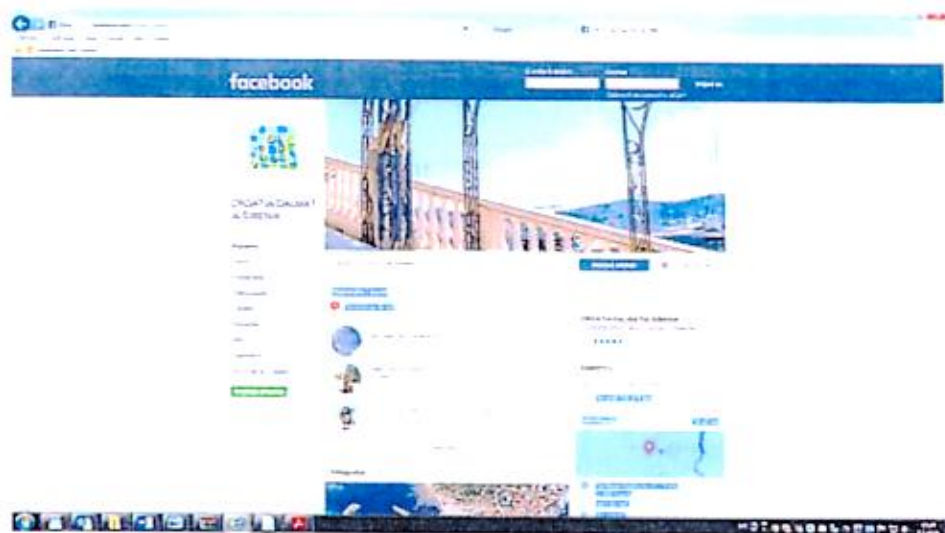
Vodeći se za smjericama prema podjeli iz Strateškog marketing plana hrvatskog turizma na razini klastera DALMACIJA ŠIBENIK marketinške aktivnosti su usmjerene na povećanje vidljivosti i snage turističkog brenda klastera Dalmatia-Šibenik te prepoznatljivosti slogana soUNIQUEsoBEAUTIFUL s naglaskom na prirodne, kulturne i gastronomske vrijednosti našeg kraja

Ključni atributi koji se koriste prilikom provođenja marketinških aktivnosti su:

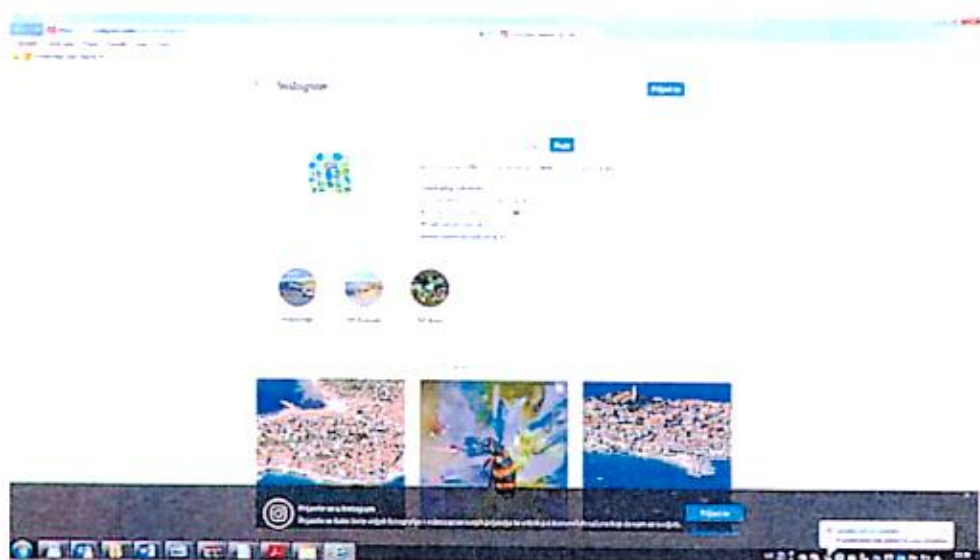
- More i sunce – razvedena obala , prekrasne plaže,
- Kulturna baština – 2 UNESCO spomenika,
- prirodne ljepote – 2 Nacionalna parka, 2 parka prirode,
- brojnost srednjovjekovnih utvrda, arheoloških nalazišta i kulturno povijesnih spomenika,

- aktivni turizam(bike and hike – više od 2.500 km uređenih biciklističkih staza, avanturizam, pješačenje),
- nautika – raj za nautičare,
- eno i gastro ponuda,
- LIKE HOME – privatni smještaj sa oznakom kvalitete.

Aktivnosti su bile usmjerene na društvene mreže: Facebook stranica CROATIA/DALMATIA /ŠIBENIK @croatia.sibenik i INSTAGRAM visit_dalmatiasibenik s ciljem aktiviranja, odnosno zadržanja interes za destinaciju .



Na društvenoj mreži Facebook stranica CROATIA/DALMATIA/ŠIBENIK broji nešto više od 145.000 pratitelja koje je potrebno pratiti i obavještavati kako bi se zadržao interes za destinaciju.



INTERNET OGLAŠAVANJE

Glavni cilj provođenja aktivnosti internet oglašavanja je integracija svih elemenata i oblika online oglašavanja kako bi se maksimizirati učinak promocije predsezone, post sezone, određenog turističkog događanja ili ciljane turističke akcije. U praksi to znači da se određeno događanje promovira preko vijesti postavljene na internet stranici, koja se zatim prenosi na razne društvene mreže, a link tog istog događanja se reklamira putem Google AdWords kampanja i ostalih oblika Display oglašavanja. Ovakvim integriranim aktivnostima se u relativno kratkom vremenu dobije i postiže značajna medijska eksponiranost.

Uz oporavak turizma i gospodarstva, ali i globalnu političku nesigurnost ljetna sezona i post sezona je predstavljala novi izazov, ali i priliku za privlačenje potencijalnih putnika da posjete Šibensko-kninsku županiju. Popuštanjem pritiska pandemije skloniji povećao se interes za putovanje te istraživanje prirodnih vrijednosti destinacije. Zbog toga je fokus promotivne kampanje Turističke zajednice Šibensko-kninske županije u 2022. godini bio na stvaranju opće svijesti o destinaciji kroz pričanje zanimljivih priča i inspirativne, snažne vizuale.

S ciljem realizacije jednog od najvažnijih marketinških ciljeva Internet oglašavanja, na kreiranje interesa i potražnje za pojedinim turističkim destinacijama, a sukladno dosadašnjim iskustvima i globalnim trendovima u oglašavanju te specifičnostima 2022. godine, Internet oglašavanje zadržava najznačajniju ulogu u ukupnom oglašavanju.

Globalno internet oglašavanje u 2022 godini provedeno je po sljedećim segmentima:

- oglašavanje za pretragu – Ad Words kampanje,
- oglašavanje na pretraživačima i društvenim mrežama – Facebook, Google, Twitter, You Tube, Instagram,
- oglašavanje po tržištima.

Glavne aktivnosti bile su usmjerene na:

- povećanje *clickthrough* pokazatelja,
- povećanje broja jedinstvenih posjeta na Internet stranicama www.dalmatiasibenik.hr,
- poboljšano pozicioniranje Internet stranice na pretraživačima,
- povećana aktivnost i prisutnost na društvenim mrežama („likeovi“, komentari, postovi, „tweetovi“, itd.),
- povećanje vidljivosti i snaga turističkog brenda klastera Dalmatia – Šibenik, te prepoznatljivosti slogana soUNIQUEsoBEAUTIFUL s naglaskom na prirodne, kulturne i gastronomske vrijednosti našeg kraja.

Internet oglašavanje u 2022. godine provedeno je u suradnji s partnerom STARDIGITAL GROUP s kojom je provedena zajednička promotivna kampanja Turističke zajednice Šibenske-kninske i predstavnika javnog sektora s naglaskom na poruku: „Tako jedinstvena tako lijepa“.

Kampanja je pokrenuta u srpnju 2022. godine na 6 emitivnih tržišta. Naglasak je bio na građenju brenda Šibensko-kninske županije kao dobro poznate turističke

destinacije u čijem okrilju nalazimo dva nacionalna parka, dva lokaliteta na popisu svjetske baštine UNESCO-a te brojne druge prirodne i kulturne ljepote na obali i u zaleđu koje nadopunjava kvalitetna eno i gastro ponuda.

Kampanja je provedena na tržištima Njemačke, Austrije, Poljske, Češke, Slovenije i Ujedinjenog kraljevstva, a pored Turističke zajednice Šibensko-kninske županije koja je osigurala najveći dio budžeta, u kampanju su uključeni i drugi subjekti javnog sektora povezani s turizmom: NP Krka, NP Kornati, TZ Vodica i TZ Šibenika, JU Tvrdava Kulture JU Priroda Šibensko-Kninske županije.

Kampanja je realizirana s najvećim medijskim partnerima na emitivnim tržištima: Daily Mail, T-online, Web.de, Siol, Novinky, Krone.at i WP.pl. Zbog aktivnosti konkurencije te sve kasnijih rezervacija, jedan od ciljeva bio je i produžiti trajanje kampanje kroz stvaranje stalna medijska prisutnost na svih šest tržišta. Aktivacije na društvenim mrežama – Facebooku i Instagramu, veliki display baneri, native oglasi i posvećene mikro stranice na medijskim portalima dodatno ojačavaju kampanju uz klasične inspirativne advertoriale, a usmjereni su na inspiriranje relevantne publike s ciljem posjete Šibensko-Kninske županije.



Ukupan broj čitanja: 127,492
Prosječno vrijeme zadržavanja: 02:35
Ukupan broj klikova: 82,623
Ukupan broj impresija: 9,721,955
CTR: 0.85%

Njemačko tržište

Medium	Label	ID	Number of ads	Imp.	Views	Clicks	Conversions	CPA	CPV	CTR	Conversion Rate
Display	Werbung.com	Umsatz.com/Produktionskostenvergleich	111	1.761	1.761	10.01	100	17.61	100%	0.57%	100%
Video	Web.de	Werbung.com	1.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000	10.000	1.000	1.000	0.1%	100%
Video	Werbung.com	Umsatz.com/Produktionskostenvergleich	1.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000	10.000	1.000	1.000	0.1%	100%
Video	Werbung.com	Umsatz.com/Produktionskostenvergleich	1.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000	10.000	1.000	1.000	0.1%	100%
Facebook/Instagram	Facebook	Umsatz.com/Produktionskostenvergleich	1.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000	10.000	1.000	1.000	0.1%	100%
TOTAL (SUMMARY)				1.000.000.000	10.000.000.000	10.000.000	10.000.000	1.000.000	1.000.000	0.1%	100%

Native ad kanal u Njemačkoj je bio aktivan u formi native oglasa (tekst i fotografija) te je korisnika klikom dovodio na članak o Šibensko-kninskoj županiji.

Na stranici Web.de – advertorial teaser, (5.000 klikova do web stranice TZŽ Šibensko kninske , članak (tekst + image + video) prikazan 14.875 puta.

Članak objavljen na stranici t-online.de bio je pročitan 10.300 puta te su se čitatelji u prosjeku na njemu zadržavali 3 minute i 28 sekundi, što upućuje na veliko zanimanje njemačkih čitatelja za ovu vrstu sadržaja. Na istoj stranici, objavljeni su standard banner oglasi koji su vodili posjetitelje na službenu stranicu TZ ŠKŽ gdje su mogli prikupiti više informacija.

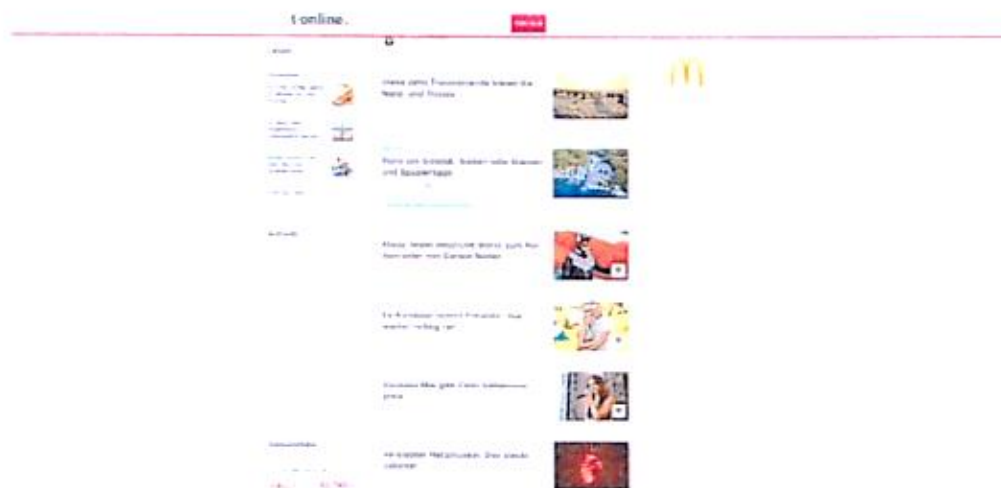
Ukupan broj čitanja: 16.797

Prosječno vrijeme zadržavanja: 03:28

Ukupan broj klikova: 20.219

Ukupan broj impresija: 2.414.350

CTR: 0.84%



679.000

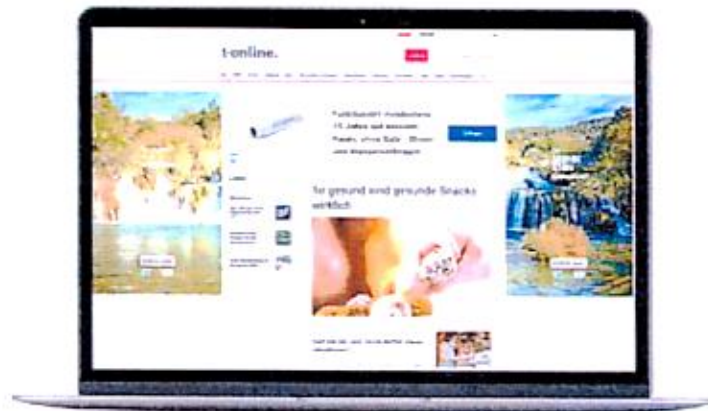
680.885

100,28 %

6.496

0,95 %

100 %
Reise
Run of Site
11.08.2022
04.08.
28.08.2022



Visit Dalmatia Šibenik

100 % 100 %

...

Entdecken Sie die Schönheit der Šibenik Krivi Gosposchaft
[#visitšibenik](#)

See: [Facebook Post](#)



[Learn more](#)

So einmalig, so
wunderschon!

[Learn more](#)

DA



Entdecken Sie die Schönheit der Šibenik Knin Gespanschaft
#VisitŠibenik

See Translation



Learn more

So einmalig, so wunderschön!

Learn more

So einmalig wunderschön!



Austrijsko tržište

Medij	Format	Tip	Reklamiranje (Dati)	Start-MS	Pre. Head	Impressions	CPA	CPM	CPV	CPA (neto)
Radio	Radio	Advertisement on radio (radio spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
		Radio on radio (radio spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
		Radio on radio (radio spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
TV	TV	TV advertisement (TV spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
		TV advertisement (TV spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
		TV advertisement (TV spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
Print	Print	Print advertisement (Print spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
		Print advertisement (Print spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
		Print advertisement (Print spots)	100	10.000,00	100	100	100,00	100,00	100,00	100,00
Summa										

Na austrijskom tržištu, kampanja je djelovala kroz stranice Oe24.at, Krone.at te Facebook Instagram.

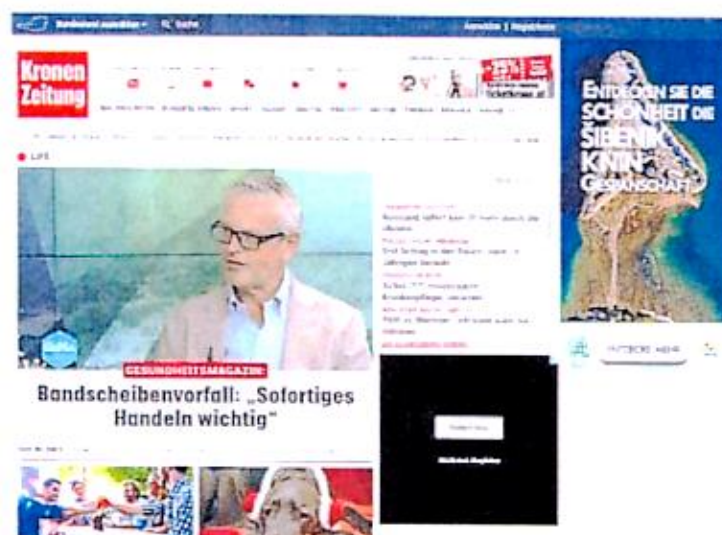
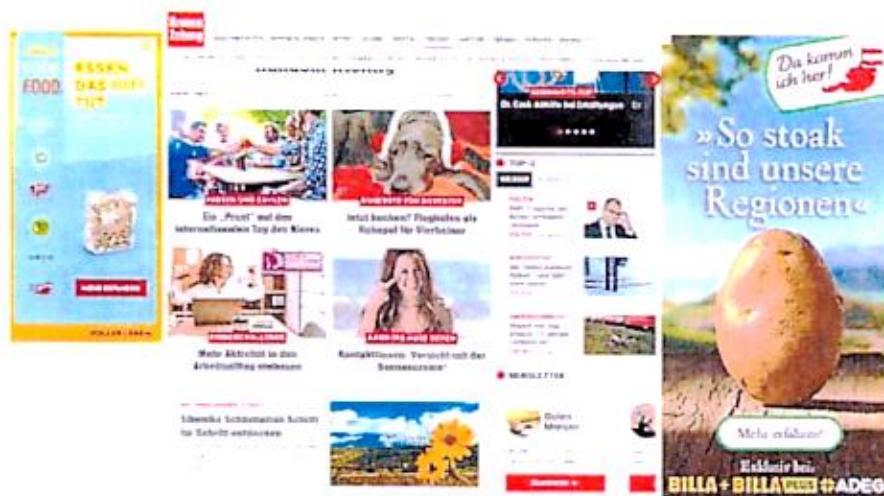
Na stranici Oe24.at korišteni formati su: advertorijal, info des Tages i Double Bridge. Advertorijal na stranici oe24.at je bio aktivan kroz 4 tjedna na podstranici "Putovanja".

Advertorijal je bio posjećen više od 54.000 puta te je prosječno zadržavanje korisnika iznosilo 3 minute i 31 sekundi. Info des Tages je premium format na naslovnoj stranici koji se prikazuje kao slideshow vijesti, a klikom je posjetitelj odveden na članak. Nadalje, Double Bridge format osigurava vrlo dobru vidljivost oglasa te prenošenja ključne destinacijske poruke: "Tako jedinstvena, tako lijepa."

Advertorijal na austrijskom portalu Krone.at je bio posjećen preko 25.000 puta te je prosječno zadržavanje čitatelja bilo 3 minute i 41 sekundu. S druge strane, advertorial teaseri su bili prikazani više od milijuna puta, a njihov cilj je bio potaknuti znatizelju čitatelja koji klikom na njih otvaraju sadržaj advertorijala.

Oglašavanje kampanje na Facebooku je generiralo 214.000 impresija, doseglo 4.800 ljudi i ostvarilo CTR od 2,26 %.

Ukupan broj čitanja: 10.101
Prosječno vrijeme zadržavanja: 03:31
Ukupan broj klikova: 20.040
Ukupan broj impresija: 1.551.188
CTR: 1,29%





Slovensko tržište

Kampanja	Lokacija	Tip	Dokumenti / PDF	Dokumenti / PDF	Statistika				Ukupno
					Impresije	Klikovi	CTR	Prosječno vrijeme zadržavanja	
...
...
...
...
...
UKUPNO					2.740.309	12.276	0.45%	02:17	2.740.309

Što se tiče slovenskog tržišta, kampanja je uključivala sljedeće web lokacije: siol.net, Linker siol.net/potovanja, te društvene mreže (Facebook i Instagram).

Na stranici siol.net objavljen je advertorijal koji je bio pročitao 7287 puta s prosječnim zadržavanjem čitatelja od 2 minute i 17 sekundi. Mobile banner oglasi zaradili su 2.740.309 impresija sa 12.276 klikova.

Kako bi se ostvarili ciljevi kampanje, banneri standardnih formata su bili pozicionirani na siol.net podstranici Potovanja. Banneri su služili kao podrška storytelling formatu kampanje te su poticali čitatelje da saznaju više informacija na službenim stranicama TZ Šibensko-kninske županije klikom na oglas.

Ukupan broj čitanja: 7.287

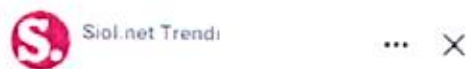
Prosječno vrijeme zadržavanja: 02:17

Ukupan broj klikova: 12.276

Ukupan broj impresija: 2.740.309

CTR: 0.45%



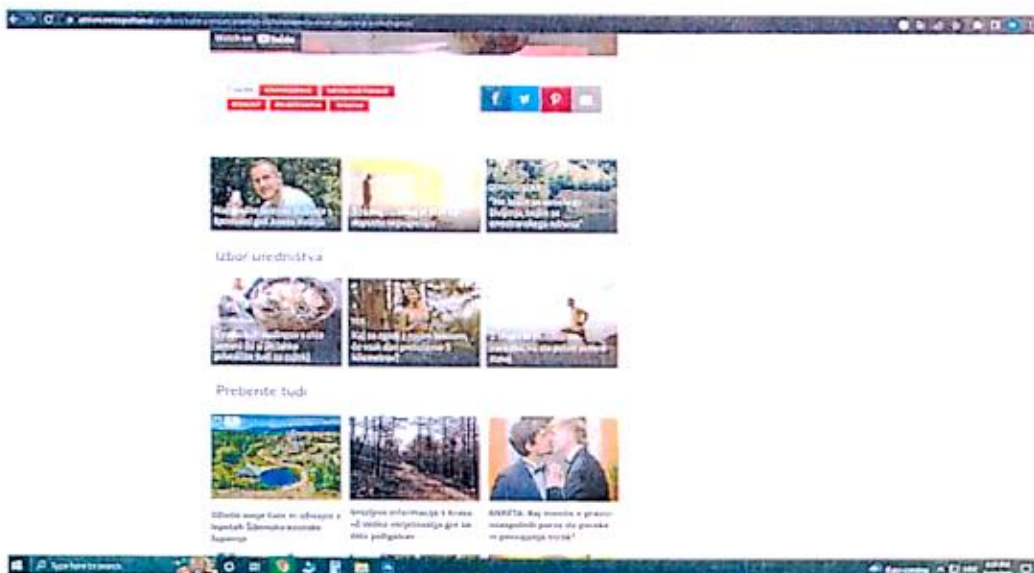


Sprehodite se po eni od treh krožnih stez in spoznajte rastlinski ter živalski svet in kulturne ter zgodovinske zanimivosti.



Siol.net
Odkrivanje kulturnih in naravnih lepote. Več informacij

👍 Vseč mu je 💬 Komentiraj ➦ Deli z drugimi



Poljsko tržište

Područje	Ukupno	Broj	Broj poseta	Broj klikova	Broj impresija	Broj konverzija
Poljska						
wp.pl	80.891	905.344	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
7. oktobar 2023. - 31. oktobar 2023.						
UKUPNO: 80.891						

U Poljskoj, kampanja je bila promovirana putem web stranice wp.pl na koju su bili postavljani baneri koji su generirali ukupno 80.891 klikova i 905.344 impresija. Osim

spomenute stranice, oglasi su se objavljivali i na Facebooku gdje su dosegli 335.190 korisnika te zaradili 613.878 impresija.

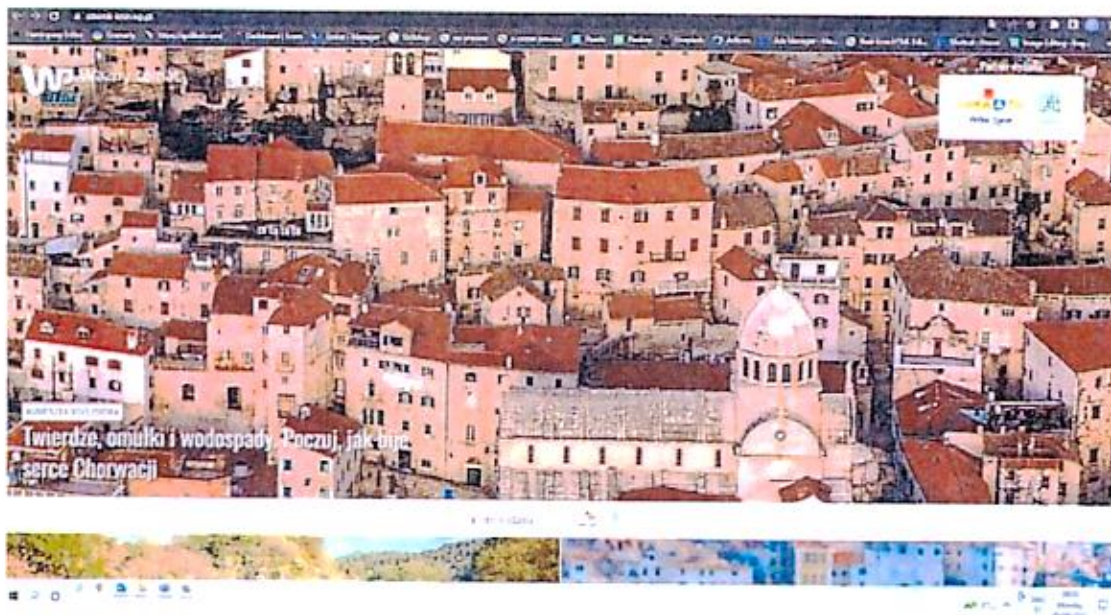
Ukupan broj čitanja: 80.891

Prosječno vrijeme zadržavanja: 00:36

Ukupan broj klikova: 14.234

Ukupan broj impresija: 905.344

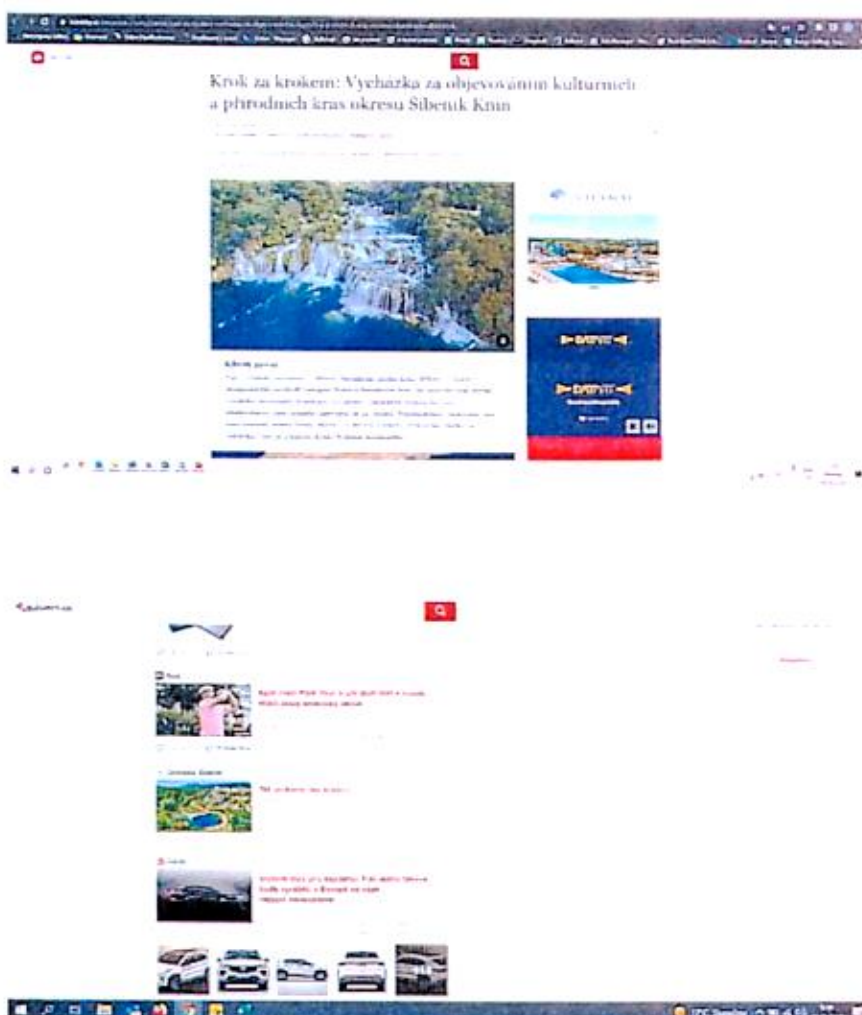
CTR: 1.57%



Češko tržište

Advertoriál	Formát	Popis	Impresije (M)	Clicks (M)	CTR (%)	Conversion Rate (%)	Cost per Conversion (CZK)
Novinky.cz	Novinky.cz	70 článků (100 000 slov)	17 044	1 000 000	5.87%	0.15%	17 044 CZK
Travel.cz	Travel.cz	10 článků (100 000 slov)	1 000 000	17 044	1.70%	0.15%	17 044 CZK
TOTAL			18 044	1 017 044	5.63%	0.15%	17 044 CZK

Advertoriál Šibenik Knin: Udělejte si procházku do srdce Dalmácie na českém portálu Novinky.cz je pročitán 9.51 lputa, a teaseri koji su vodili na članak i bili postavljeni na portalu Novinky.cz, ostvarili su 1.000 000 impresija i 17.044 klika.



UK tržište

Country	Advertiser	Type	Estimated Value	Spent (€)	View (Reach)	Impressions	Clicks	Conversions	CPA (€)	ROAS (%)
UK	Travel Mail	Display Advertising	10,000,000.00	10,000,000.00	12,416	110,900	429	1	110,900	0.39%
UK	Travel Mail	Display Advertising	10,000,000.00	10,000,000.00	12,416	110,900	429	1	110,900	0.39%
UK				10,000,000.00	12,416	110,900	429	1	110,900	0.39%

Advertorial Šibenik Knin: Take a walk through north-central Dalmatia na UK portalu DAILY MAIL – Travel mail je pročitano 12 416 puta, a teaseri koji su vodili na članak i bili postavljeni na portalu, ostvarili su 110 900 impresija i 429 klika.

Ukupan broj čitanja: 12.416

Prosječno vrijeme zadržavanja: 01:11

Ukupan broj klikova: 429

Ukupan broj impresija: 110.900

CTR: 0.39%



Daily Mail Billboard & Skin Dekazacija



© 2022 Daily Mail Group



Što se društvenih mreža tiče (Facebook i Instagram), oglasi su bili postavljeni na pet tržišta – Austrija, Njemačka, Poljska ,Slovenija i Češka Sveukupno su generirali 3.165.102 impresije i 35.853 klikova.

Ad Set	Ad Set Name	Ad Set Type	Ad Set Status	Ad Set Budget	Ad Set Start Date	Ad Set End Date	Ad Set Spend	Ad Set Impressions	Ad Set Clicks	Ad Set Conversion Value	Ad Set Conversion Rate
...
Summary Total							...	3,165,102	35,853	...	1.13%

Ukupan broj klikova: 35.853
 Ukupan broj impresija: 3.165.102
 CTR: 1.13%



Visit Dalmatia Šibenik



Entdecken Sie die Schönheit der Šibenik-Kvarnerschaft

Visit Šibenik

www.visitdalmatia.hr



So einmalig, so wunderschön!

Learn more



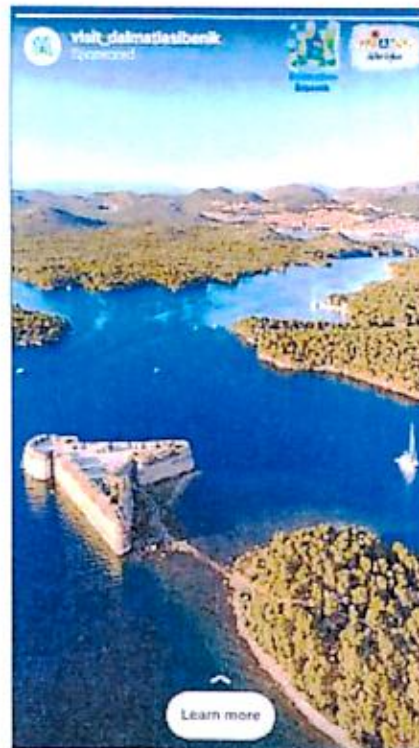
So einmalig, so wunderschön!



Like

Comment

Share





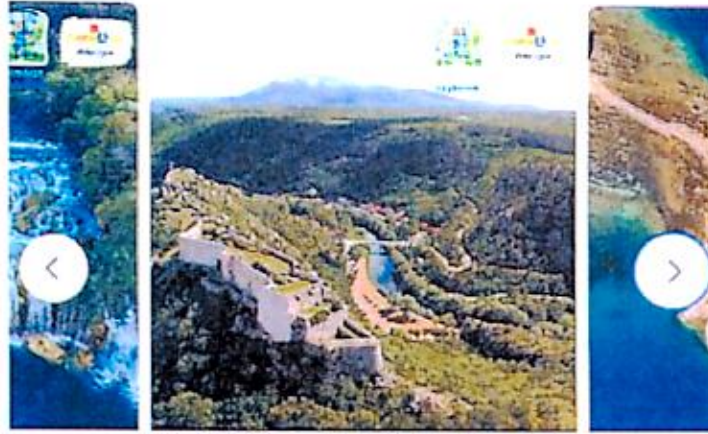
Visit Dalmatia Šibenik

Sponsored



Odkryj piękno Szybenicko-knińskiego powiatu #VisitŠibenik

See Translation



Learn more

Jedyna w swoim rodzaju i taka piękna!

Learn more

Jedyna w swoim rodzaju i taka piękna!

24

2 Shares

Like

Comment

Share

Instagram



visit_dalmatiasibenik

Sponsored



Learn more



visit_dalmatiasibenik Tak unikatni - tak krasni. Objavte krásy Šibenicko-knińske župy #VisitŠibenik

OPĆE OGLAŠAVANJE

Opće oglašavanje je još uvijek jedan od glavnih oblika komunikacije u turizmu. Upravo s ciljem informiranja potencijalnih potrošača o regiji kao turističkoj destinaciji i stvaranja pozitivnog stava javnosti o destinaciji, inozemna tržišta se obrađuju putem općeg oglašavanja.

Tim aktivnostima želi se motivirati potencijalne potrošače da realiziraju odmor u Dalmaciji odnosno u našoj Županiji koji želi promovirati raznolikost i zanimljivost naše Županije .

Top camping

Top Camping magazine koji se tiska u 50.000 primjeraka, a na svom portalu ima mjesečno od 300.000 posjeta i oko 3.000 klikova. Isto vrijedi i za Island camping Croatia magazine koji je jedini hrvatski tiskani medij s temom otočnog kamping turizma i turizma općenito, a koji izlazi u 3 jezične verzije te je distribuiran na svim važnijim turističkim i kamping sajmovima .





Outdoor welten

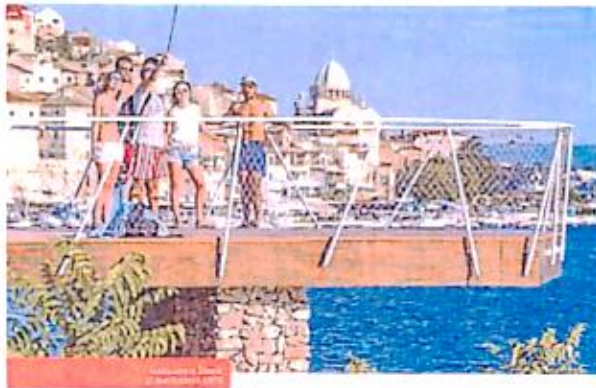
Outdoor welten je časopis za njemačko tržište u tiražu od 35.000 primjeraka u kojem je Šibensko-kninska županija predstavila sa svoju ponudu.





Das ist die schönste Zeit für einen
Wanderurlaub mit der ganzen
Familie im Nationalpark

19



Das ist die schönste Zeit für einen
Wanderurlaub mit der ganzen
Familie im Nationalpark

KROATISCH
Kroatisches Leben

Das ist die schönste Zeit für einen
Wanderurlaub mit der ganzen
Familie im Nationalpark

In YourPocket i Lust auf Kroatien

Kampanja se odnosi na zajedničko on-line oglašavanje TZG Šibenik i TZŽ Šibensko-kninske putem web-stranice koja je prepoznatljiva u svjetskim razmjerima, uz podršku putem objava na Facebooku "In your pocket" i na Instagramu "croatiaip".

Oglašavanje putem interneta (<http://www.inyourpocket.com/croatia/sibenik>) uključivalo je pozicioniranje fiksnog bannera dimenzija 300 x 250 pixela na poziciji "homepage Šibenik" od siječnja do prosinca 2022. godine, zaključno sa 31.12.2022.godine. U istom razdoblju do kraja godine banneri istih dimenzija bili su postavljeni na poziciji <http://www.inyourpocket.com/croatia/sibenik/Around-Sibenik> te na <http://www.inyourpocket.com/croatia/sibenik/Dalmatian-Zagora>.

Cilj kampanje bio je povećanje broja pregleda na www.dalmatiasibenik.hr /www.sibenik-tourism.hr te upoznavanje šire publike sa turističkom ponudom destinacije putem prepoznatljivog kanala inyourpocket.com.





Tastes of a century old presented in a way

RESTAURANTS AND RESERVATIONS

VIA

News Events Restaurants Culture Nightlife Nightclubbing Shopping

Šibenik *inyour pocket*

THE HIDDEN MAGIC

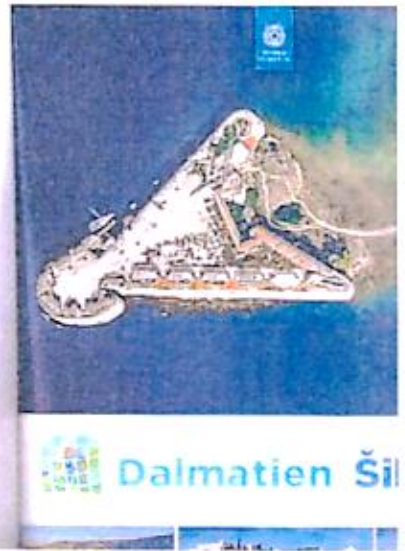
Zoom into Šibenik: Have fun under the Open Sky

Festung St. Michael

Die Festung St. Michael ist ein Wahrzeichen der Stadt Šibenik. Sie wurde im 15. Jahrhundert erbaut und ist heute ein Museum. Die Festung ist ein hervorragendes Beispiel für die italienische Renaissance. Sie ist ein Wahrzeichen der Stadt und ein beliebtes Ziel für Touristen. Die Festung ist ein hervorragendes Beispiel für die italienische Renaissance. Sie ist ein Wahrzeichen der Stadt und ein beliebtes Ziel für Touristen.

Festung St. Michael

Die Festung St. Michael ist ein Wahrzeichen der Stadt Šibenik. Sie wurde im 15. Jahrhundert erbaut und ist heute ein Museum. Die Festung ist ein hervorragendes Beispiel für die italienische Renaissance. Sie ist ein Wahrzeichen der Stadt und ein beliebtes Ziel für Touristen. Die Festung ist ein hervorragendes Beispiel für die italienische Renaissance. Sie ist ein Wahrzeichen der Stadt und ein beliebtes Ziel für Touristen.





WIZZ inflight magazine – proljetno i jesensko izdanje





LIKE PUTOVANJA (magazin Jutarnjeg lista) – najveći hrvatski magazin za putovanja (izdanje proljeće 2022.)





TRI KAMENOLOMA/MEDVEDNICA

U ovom dijelu, 27 km od Medvednice, nalaze se tri velika kamenołoma. Najveći je Medvednica, a najmanji je Kamenolom. U ovom dijelu, 27 km od Medvednice, nalaze se tri velika kamenołoma. Najveći je Medvednica, a najmanji je Kamenolom.

SREĆNO VUKOVI
 vodica
 vodica
 vodica
 vodica
 vodica
 vodica
 vodica
 vodica
 vodica
 vodica

OTOK KRK, BAŠKA - KANJON VUČENICA - MJESEČEV PLATO - BAŠKA

U ovom dijelu, 27 km od Medvednice, nalaze se tri velika kamenołoma. Najveći je Medvednica, a najmanji je Kamenolom.

POŠTAK I BAŠKA JEZERO

U ovom dijelu, 27 km od Medvednice, nalaze se tri velika kamenołoma. Najveći je Medvednica, a najmanji je Kamenolom.

So unique, so delicious!
 Vite International - 385 22 278 072
 www.viteinternational.com

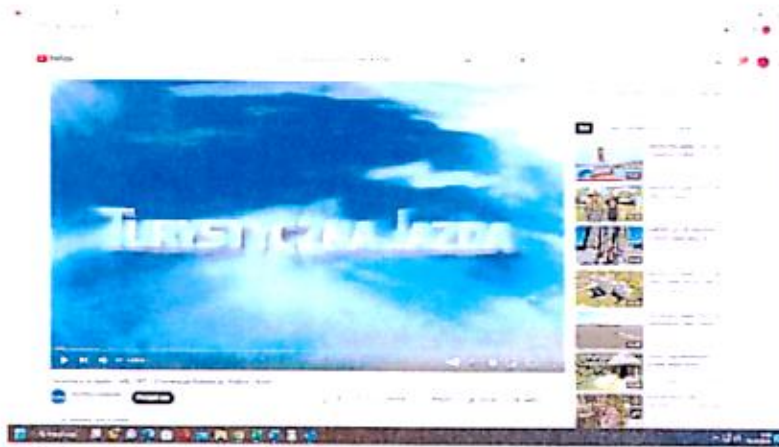


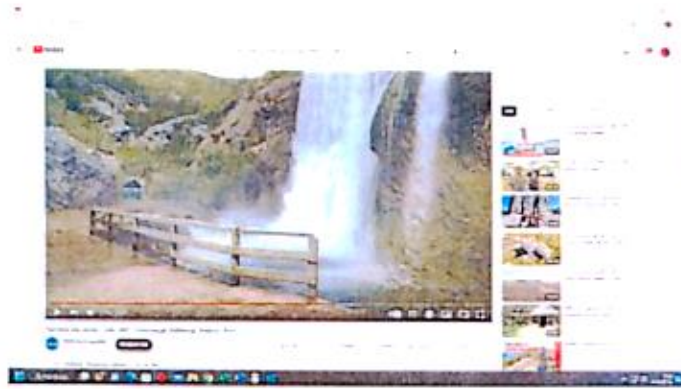
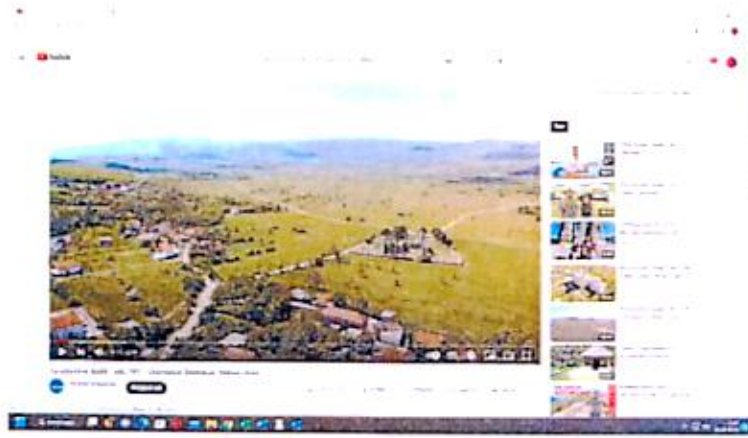
TV emisija na poljskom tržištu - Turistična jazda

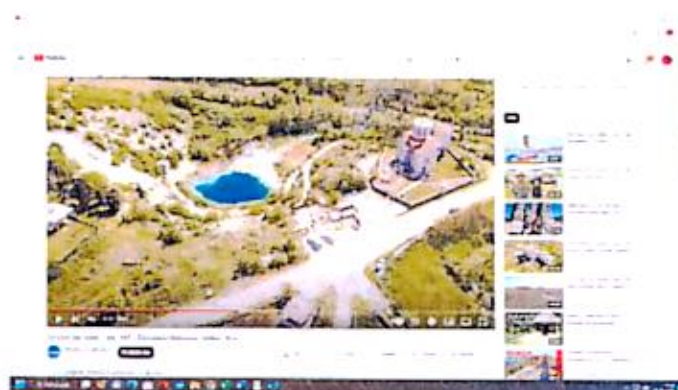
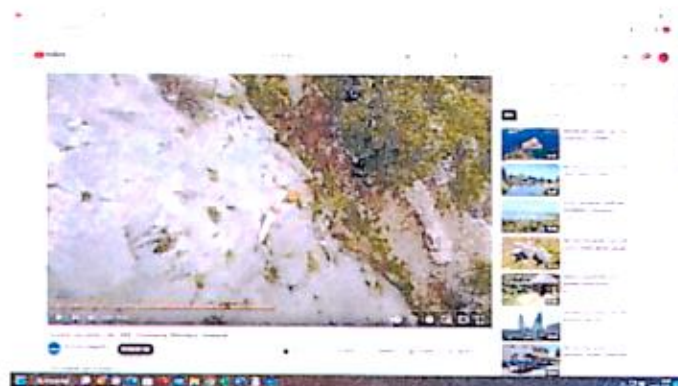
Nakon uspješno započete suradnje na virtualnom ITB BERLIN sajmu 2021. i realizirane po 2 epizode za Šibenik i Vodice u 2021., suradnja je nastavljena i u 2022. godini kada su napravljene emisije koje su predstavile Drniš, Knin Zlarin.

Emisija Turystyczna jazda realizirana s partnerima producenta iz Poljske (Media net), prikazuje se u udarnim terminima na TVP Krakow, TVP 3 i TVP Polonia adventure koja se prati kako u Poljskoj tako i izvan njenih granica.

Emisija je prikazivana u razdoblju između 12. 05 | 19.06. 2022. uz prosječnu gledanost od 2.560.670 gledatelja.







DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

SAJMOVI

Nastupi na sajmovima kao način promidžbe destinacije i dalje ostaju važan oblik komunikacije s tržištem i učinkovit način predstavljanja hrvatskog turizma. Uz reducirani broj sajmova, prisutna je i optimizacija nastupa radi doprinosa marketing ciljevima i strateškim interesima. U segmentu sajamskih nastupa dolazi do daljnje strateške modifikacije, putem ciljanog nastupa na specijaliziranim i pomno selektiranim općim sajmovima s naglaskom na zajedničke nastupe s poslovnim subjektima i regijama, uz maksimalno uvažavanje poslovnih potreba gospodarstvenika i suizlagača. Prisutnost na najvažnijim turističkim sajmovima vrlo je važna, jer se stvara podloga s koje se može pozicionirati i nadalje proširiti brand te unaprijediti identitet regije.

Također, turistički sajmovi služe kao dobra podloga za predstavljanje novih proizvoda, provođenje marketinških aktivnosti te općenito prezentiranja novosti u vezi sa regijom

kao turističkim odredištem, a sa ciljem pozicioniranja imagea Šibenske županije kao turističke destinacije i informiranja publike o destinaciji i proizvodima.

Nastupi na sajmovima u 2022. godini odvijali su se sukladno pravilima suizlaganja definiranim od strane HTZ-a, a koji podrazumijevaju koordinaciju sajamskih nastupa u sustavu turističkih zajednica. Koordinacija se provodi na način da niža razina ustroja unaprijed (prije izrade godišnjeg programa rada) za pojedinu aktivnost izrazi svoj interes višoj razini, a viša razina (TZ županije i HTZ) informira niži sustav o planiranim sajmovima za narednu godinu. Na taj način se koordinira potencijalni interes TZ-a nižeg ustroja za uključivanje u navedene nastupe. Namjera je smanjiti troškove nastupa, a povećati njihovu učinkovitost omogućavajući zainteresiranim gospodarskim subjektima da u direktnoj komunikaciji s potencijalnim turistima prezentiraju svoju turističku ponudu.

Promotivne aktivnosti na najvažnijim emitivnim turističkim tržištima naglo su prekinute zbog pandemije 2020 i 2021 godine, tako da su planirane aktivnosti u 2022. godini ostvarene dinamikom otvaranja tržišta i praćenjem situacije na tržištu.

Turistička zajednica Šibensko kninske županije planirala je predstavljanje na sljedećim sajmovima:

- **7 općih i specijaliziranih turističkih sajмова u sklopu štanda HTZ –a**
 - ✓ Ferienmesse – Beč (otkazan)
 - ✓ Boot – Dusseldorf (otkazan)
 - ✓ Vakantiebeurs – Utrecht (otkazan)
 - ✓ ITB – Berlin (otkazan)
 - ✓ F.r.e.e – München - Hrvatska zemlja partner (otkazan)
 - ✓ BIT – Milano
 - ✓ WTM – London
- **Predstavništva HTZ :**
 - ✓ Destinations – London (otkazan)
 - ✓ Alpe Adria – Ljubljana
 - ✓ Bruxelles – Salon des Vacances
- **5 specijalizirana turistička sajma:**
 - ❖ **Kamping sajmovi :**
 - ✓ Caravanning – Düsseldorf
 - ✓ Camping – Parma

❖ **Aktivni odmor:**

- ✓ Fietsen Wandelbeurrs – Utrecht (otkazan)
- ✓ Fiera del ciclotursimo – Milano
- ✓ Destination Nature Paris.

Nastupi u sklopu štanda HTZ-a

Koncepcija se temelji na mogućnosti zakupa dijela štanda sa informativnim pultom i ostalim pratećim sadržajima. Ovaj način predstavljanja pokazao se uspješnim, obzirom na direktan kontakt s poslovnim partnerima te prezentaciju svog turističkog proizvoda. Lokalne turističke zajednice mogu nastupiti u suradnji s turističkom zajednicom županije s kojima samostalno dogovaraju odnose. Također, lokalne TZ mogu stupiti u partnerski odnos s privrednim subjektima iz područja lokalne TZ (hotel, kamp ili putnička agencija) na način da nositelj nastupa bude privredni subjekt, a TZ sufinancira dio troškova nastupa. Vezano na gore navedeno TZ Šibensko- kninske županije koordinirala je interes turističkih zajednica nižeg ustroja te je po navedenom konceptu zakupila prostor na štandu HTZ-a.

Salon des Vacances – Bruxelles, 24.– 27.03. 2022.

Salon des Vacances, čije se 63. izdanje održavalo od 24. do 27. ožujka 2022. godine u izložbenom prostoru Bruxelles Expo, predstavio je 285 izlagača iz cijelog svijeta. Ovo je ujedno bio jedan od prvih sajmova koji je otvorio svoja vrata nakon zatvaranja 2020. godine izazvanog pandemijom.

Na ovom sajmu Turistička zajednica Šibensko-kninske županije dijelila je štand veličine 21m² s turističkim zajednicama Splitsko-dalmatinske, Zadarske, Dubrovačko-neretvanske i Ličko-senjske županije. glavne teme ovogodišnjeg sajma u Bruxelles-u bile su kamping, sport i aktivni turizam.

Prvi dan sajma održavali su se „The Brussels Travel Top“ susreti i druženje poslovnih partnera.

Interes za sajam bio je velik i već prvi dan je okupio brojne posjetitelje. Posjećenost sajma je bila očekivana, a interes posjetitelja za Šibensko-kninskom županijom velik. Radi se većinom o 'avionskim' gostima, pa im je naš središnji položaj između dva aerodroma savršena lokacija za odmor iz koje mogu posjećivati i sve ostale dijelove Hrvatske.

Broj izlagača : 285

Broj posjetitelja : 100 000

Informator : Nikolina Staničić



Fiera del Cicloturismo – Milano, 12.–13.03.2022.

U skladu s dogovorom o zajedničkim nastupima četiri Dalmatinske i Ličko-senjske županije, TZŽ Šibensko-kninske je bila organizator i koordinator nastupa na sajmu Fiera del Cicloturismo u Milanu 12. i 13.03.2022. godine.

Na prostoru Fabbrica del Vapore u Milanu, zakupljen je izložbeni prostor dimenzija 2x9 m uz još 50-tak izlagača iz Italije i ostalih europskih destinacija (uglavnom mediteranskih zemlja). Kako je sajam organiziran po prvi put predstavljanje ciklo ponude na ovom sajmu pokazao se kao pun pogodak.

U 2 dana trajanja kroz sajam je prošlo više od 15 000 posjetitelja iako su u to vrijeme u Italiji još bile na snazi epidemiološke mjere .

Na dan otvaranja sajma na našem štandu (Lika & Dalmazia) bili su nazočni i direktorica Predstavništva HTZ g. Viviana Vukelić i generalni konzul RH u Milanu g. Stjepan Ribić.

Otvaranje i tijek sajma bilo je jako dobro medijski popraćeno (Rai News, Gazzeta.it, Corriere.it), a organizirana je snažna promocija sajma kroz stranicu Bikeitalia.it. Sve destinacije su predstavljene i putem društvenih mreža (Twitter, Instagram, Facebook). Izlagači su imali priliku da se predstave kroz talk show uz prikazivanje filmova i prezentacija pa je g. Vladimir Miholjević, direktor i organizator utrke Cro race, približio sve mogućnosti koje ovoj skupini turista nude naše županije (ciklo, gastro, priroda.

kultura). *Talk show* je bio organiziran tijekom dva dana sajma, a bio je iznimno posjećen.

Na štandu u bili nazočni te odgovarali na mnogobrojne upite zainteresiranih posjetitelja Mihaela Kadija i Damir Hordov (TZŽ Zadarske), Ivan Radošević (TZŽ Ličko-senjska), Ines Ljubić (TZŽ Šibensko-kninske) i Siniša Mikačić (TZŽ Splitsko-dalmatinske).

Broj izlagača :50

Broj posjetitelja : 15 000

Informator i koordinator : Ines Ljubić



Alpe Adria – Ljubljana, 23. – 26.03.2022.

Međunarodni sajam „Alpe-Adria“, 32. izdanje, održao se 2022. godine na Gospodarskom razstavišču u Ljubljani. Riječ je o središnjoj turističkoj sajamskoj priredbi u Sloveniji čiji fokus je na zelenom i aktivnom turizmu te kempingu i karavaningu. Organizaciju predstavljanja Hrvatske na sajmu preuzela je medijska kuća Fokus Plus u suradnji sa Predstavništvom HTZ Slovenija i regionalnim turističkim zajednicama .

Na 32. sajmu Alpe-Adria predstavilo se preko 130 turističkih ponuđača iz Slovenije, Austrije, Bosne i Hercegovine, Češke, Hrvatske, Italije i Nepala. Hrvatska se predstavila na dosad najvećem štandu. Uz TZŽ Šibensko-kninske, preko 30 pružatelja predstavljalo je novitete i najvažnija događanja na destinacijama od Umaga do Dubrovnika i hrvatskog kontinenta, kroz izlaganje na štandu te kroz Press informacije upriličene za novinare i agente .

Broj izlagača :130

Broj posjetitelja : 15 000

Informator : Ivana Lušić



BIT – Milano, 10. – 12.04.2022.

Na sajmu BIT (Borsa Internazionale del Turismo) Hrvatska se predstavljala između 30-ak zemalja i 980 izlagača iz Italije i svijeta. Nositelj hrvatskog nastupa je bio je Predstavništvo HTZ-a u Milanu, a hrvatsku turističku ponudu predstavljali su, osim TZŽ Šibensko kninske, turističke zajednice Kvarnera, Zadarske županije te Zagreba. Na sajmu se predstavila i Croatia Airlines, koja je najavila nove sezonske linije Split - Milano od lipnja. Zanimanje za Hrvatsku potvrdile su brojne objave u talijanskim medijima, poput RAI-ja, Bell'Europa, Itinerari e Luoghi i drugima, kao i aviokompanije, koje uz dosadašnje letove uvode i nove te dodatne linije iz Italije prema hrvatskim zračnim lukama. Uvođenje zračnih linija ljetnih mjeseci iz Torina za Zadar (Ryan air), Split (Ita Airways) i Dubrovnik iz Rima, te pojačane katamaranske linije kao i dobra cestovna povezanost utjecat će povećanje broja dolazaka turista iz Italije, čije zanimanje za vrijeme sajma je vidno pojačano.

Broj izlagača : 980

Broj posjetitelja : 45 000

Informator : Ines Ljubić





Salon Mondial du Tourisme – Paris, 17. – 20.03.2022.

Godišnji svjetski sajam turizma „Salon Mondial du Tourisme“ održavao se u razdoblju od 17. do 20. ožujka 2022. godine u Parizu u prostorima pariškog izložbenog centra Porte de Versailles. Svjetski sajam turizma je okupio 335 izlagača koji su predstavili francuske regije i gradove kao i veliki broj država i svjetskih destinacija. Sajam je posjetilo ukupno 101.000 osoba (od čega 2.868 profesionalaca s područja turizma) te preko 600 novinara.

Broj izlagača : 400

Broj posjetitelja : 100.000

Informator: Katarina Aleksić



Hrvatski dan u Stockholmu – Stockholm, 30.05.2022.

U organizaciji Veleposlanstva RH i HTZ – Predstavništvo Stockholm, prisustvovali smo Hrvatskom danu u Stockholmu, koji je održan na Dan državnosti, u ponedjeljak 30. svibnja 2022. godine, a kojom prigodom smo ujedno obilježili i 30. godišnjicu međunarodnog priznanja Republike Hrvatske i 30. godišnjicu uspostave diplomatskih odnosa između Hrvatske i Švedske. Tom prilikom upriličen je susret 158 partnera (hrvatski i hrvatsko – švedski poslovni subjekti) na parobrodu Stockholm te na obali ispred njega gdje smo se predstavili uz županijske turističke zajednice iz cijele Hrvatske.



Sajam Camp i caravan – Parma, 10. – 18.09.2022.

U Parmi je od 10. do 18. rujna 2022. godine održan specijalizirani sajam Salone del camper. Radi se o 13. izdanju jednog od najznačajnijih sajmova u Europi koji je posvećen kamping segmentu. Glavni organizatori događaja, Parma Fairs i APC - Udruženje proizvođača karavana i kampera spremno su dočekali brojne entuzijaste na 61.000 m² izložbenog prostora raspoređenog u 4 paviljona.

Na sajmu je nastupilo oko 200 izlagača iz cijelog svijeta uključujući najbolje međunarodne proizvođače kamping vozila i opreme. Na zajedničkom štandu veličine 16m² predstavile su se turističke zajednice Šibensko-kninske, Splitsko-dalmatinske, Zadarske, Dubrovačko neretvanske i Ličko-senjske županije, kao i udruga Top kamping Hrvatska. Sajam je posjetilo više od 130 000 posjetitelja. Na vrlo posjećenom štandu Top camping-a zabilježen je velik interes za brošurama, a posebno je bila tražena brošura o kampovima na otocima, biciklističkim i pješačkim stazama, aktivnom odmoru i općim promotivnim materijalima županija. Osim već tradicionalnih gostiju, štand su posjetili novi gosti koji po prvi put žele posjetiti Hrvatsku u 2023. godini. Štand je posjetio g. Stjepan Ribić, generalni konzul RH u Milanu.

Broj izlagača : 200

Broj posjetitelja : 15 000

Informator : Ines Ljubić



Caravansalon – Dusseldorf, 26.08. – 04.09.2022.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije nakon 2 godine pauze uzrokovane pandemijom, uspješno je predstavila svoju turističku ponudu na Caravan salon u Dusseldorfu, jednom od vodećih međunarodnih sajmova za kamping industriju i turizam, koji se održavao od 26.08. do 04.09.2022. godine.

O samoj veličini i značaju sajma govori i podatak da se na površini od 214.000 m² sa preko 16 dvorana, susrelo preko 736 izlagača, što predstavlja rekordni broj u 61 godini održavanja sajma. Procjenjuje se da je sajam posjetilo preko 280.000 posjeta. Pored Nijemce, posjetitelji su i gosti iz susjednih zemalja Beneluxa, koji su dominantno zainteresirani za kamping turizam.

Predstavljanje na sajmu je od iznimnog značaja za Šibensko-kninsku županiju jer nam je Njemačka najznačajnije emitivno tržište (u prvih 8 mjeseci ostvarili su 16% ukupnog turističkog prometa Šibensko-kninske županije, odnosno 895.065 noćenja što predstavlja povećanje od 17 % u odnosu na isto razdoblje 2021.godine). U odnosu na rekordnu 2019 godinu ostvareno je 90% prometa s tog nama značajnog tržišta .

Kako je ovaj sajam i važna platforma za razmjenu iskustava i kontakata, Župan Šibensko-kninske županije dr.sc. Marko Jelić se sastao sa generalnim konzulom Republike Hrvatske u Dusseldorfu doc.dr.sc. Ivanom Bulićem, a razgovarali su o gospodarskoj situaciji u Njemačkoj, o aktualnostima iz naše Županije s naglaskom na gospodarstvo, turizam i kulturnu baštinu.

Broj izlagača :736

Broj posjetitelja : 260000

Informator : Katarina Aleksić



WTM – London, 07. – 09.11.2022.

Ovogodišnji sajam WTM u Londonu koji se održao od 7. do 9. studenog je jedan od najvažnijih svjetskih turističkih sajmova na koji su došli brojni turistički profesionalci iz cijelog svijeta. Turistička zajednica Šibensko kninske županije je u suradnji s TZG Vodice i TZG Šibenik u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice zakupila suizlagački prostor i omogućila predstavnicima realnog sektora uvjete za njihove poslovne razgovore i predstavljanje turističke ponude za 2023 godinu.

Na WTM-u su se okupili predstavnici Svjetske turističke organizacije, Svjetskog vijeća za putovanja i turizam, Svjetske turističke burze, svjetskog udruženja Skål International i drugih udruženja profesionalaca, ministri, državni tajnici i drugi dužnosnici zaduženi za te sektore te brojni profesionalci u turizmu.

Na sajmu je ove godine bilo 2.605 izlagača iz cijelog svijeta i prema procjeni organizatora dogovoreni su poslovi u vrijednosti sedam milijardi dolara.

Na našem suizlagačkom dijelu predstavnici hotelijera, Javnih ustanova i turističkih zajednica su uspostavili značajne kontakte i ugovorili poslove za 2023 godinu.

Broj izlagača : 2605

Broj posjetitelja : 50 000

Informator : Ivana Lušić



STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA

Studijska putovanja novinara i agenata u 2022. godine organizirala su se u suradnji s HTZ-om i lokalnim sustavom turističkih zajednica s ciljem bolje promocije turističke ponude na određenim tržištima i pružanja novinarima i agentima potpunu informacije o turističkoj destinaciji i novostima u njevoj turističkoj ponudi.

Uz predstavnike klasičnih medija, velika pažnja bila je usmjerena i na bloggere tj. Organizaciju blog studijskih putovanja. Ovakvim pristupom omogućava se predstavnicima medija i agentima da se upoznaju i familijariziraju s turističkom ponudom, teritorijem, mogućnostima turističkih aktivnosti te za susret s turističkom operativom i proizvodima koje nude.

Cilj aktivnosti koje su ostvarene:

- Informiranje o turističkim proizvodima i atrakcijama te motiviranje turističke industrije na veću prodaju aranžmana za turističku destinaciju
- stvaranje „efekt širenja“ sa više medijske prisutnosti i stanje potpune informiranosti medija o turističkoj destinaciji.

Organizacija samog putovanja tj. programi putovanja rade se u suradnji s HTZ-om, koji financijski sudjeluje u samim putovanjima i u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama koje u pojedinim slučajevima manjim dijelom financijski sudjeluju u samom putovanju. Dok Glavni ured pokriva troškove dolaska, transfera i smještaja, županijske turističke zajednice pokrivaju troškove vođenja, dodatnih obroka i u određenim slučajevima usluga smještaja. Studijska putovanja predstavnika medija u 2022. godini vršila su se po dosadašnjem principu:

- odabir modela od strane predstavništva HTZ-a, te iscrpna analiza medija s ciljem da se odaberu najutjecajniji kanali,
- usuglašavanje programa boravka s Glavnim uredom, županijskim i lokalnim turističkim zajednicama (operativno i financijski), fokus na posjete mjestima ili programima koja se želi dodatno ili pojačano promovirati,
- monitoring, sakupljanje press clippinga i objavljenih članaka,
- potenciranje putovanja na određenu temu (proizvod ili posebnost) u odnosu na opća destinacijska putovanja.

Predlaganje tema te organiziranje itinerera i boravka stranih novinara, jedna od glavnih je aktivnosti TZ Šibensko-kninske županije, a u svrhu realizacije ove aktivnosti. Sezona studijskih putovanja započinje u mjesecu ožujku i traje do mjeseca listopada. Ovisno o programu izvanredno se odobravaju i putovanja u glavnoj sezoni. Studijska

putovanja novinara razlikuju se ovisno tko je inicijator navedenog putovanja: predstavništva HTZ-a, Glavni ured HTZ-a, turističke zajednice županija i domaći gospodarski subjekti ili organizatori događanja.

Edukacijska putovanja agenata organiziraju se u suradnji sa stranim turoperatorom i njihovim domaćim partnerom ili turističkom zajednicom županije. Predstavništva Hrvatske turističke zajednice imaju aktivnu ulogu i služe kao posrednik i savjetnik kod organizacije studijskih putovanja djelatnika putničkih agencija i posrednika u prodaji putovanja. Operativni cilj putovanja je informirati o hrvatskim turističkim proizvodima i motivirati da se proda što više paket aranžmana za Hrvatsku. Ciljne skupine su turoperatora, putničke agencije, agencije specijalizirane za proizvode od posebnog interesa, udruženja, klubovi, itd., a usmjereni na proizvode sunce i more, kultura i touring, sastanci.

17.03. – 20.03.2022., *Sebastian Desurmont – Geo France*

Studijsko putovanje novinara iz francuskog Geo magazina (magazin koji ima 150.000 kopija mjesečno te mjesečno ima 2.710.000 čitatelja), a koji je pripremio specijalni prilog od 45 stranica o Hrvatskoj. Novinar je posjetio Knin, Vrelo Cetine, Kninsku tvrđavu, Visovac, Roški Slap, Grad Šibenik, NP Krka, grad Skradin.

16.05. - 19.05.2022., *GR Sentier-Carlier*

Studijsko putovanje novinara/urednika Belgijskog časopisa 'GR Sentier', specijaliziran za hiking. Novinar je već putovao u Hrvatsku, te putuje sa suprugom, koja također radi za časopis. Radi se o specijaliziranom časopisu za hiking, a novinari su razgledali grad Šibenik, NP Krka i PP Dinara, a noćili su u Kninu.

21.05. – 22.05.2022., *poljski novinari i direktorica predstavništva u Varšavi*

Studijsko putovanje poljskih novinara Mariusza Piotrowicza (urednika portala Fly4free.pl) i Paweta Moskalewicza (novinar *Polityka* najpopularnijeg tjednika u Poljskoj), te direktorice predstavništva Agnieszke Puszczewicz. Novinari su posjetili Skradin, NP Krka, Etnoland Pakovo selo, grad Šibenik, a noćili su u Šibeniku.

23.05.2022., *Thorsten Brönnner*

Studijsko putovanje od strane njemačkog novinara Thorsten Brönnnera koji je freelance novinar & fotograf, a piše za RADtouren Magazin, Bike & Travel Magazin i Gravel

Touren Magazin. Novinar je došao biciklom i biciklirao kroz našu županiju, a noćio je u Šibeniku.

25.05. – 26.05.2022., Lucarelli i Cattaneo

Studijsko putovanje talijanskih novinara koji su napisali reportažu na 16 stranica u specijaliziranom mjesečniku Motociclismo. Novinari su došli s dva motora, posjetili su grad Skradin, NP Krka, grad Šibenik te Primošten.

01.06.2022., Carla Diaz

Studijsko putovanje blogerice Carle Diaz koja ima 55.079 pratitelja i 105.894 mjesečnih pregleda, a koja je posjetila NP Krka.

07.06. 2022., Biciklistički izazov Prag - Split

Ovaj projekt realiziran je nastavno na uspješnu suradnju sa Hrvatskom turističkom zajednicom na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini tijekom biciklističkog podviga Prag – Split 2021. u sklopu kojeg je Mike Saran, biznismen, filantrop i vlasnik splitskog resorta Le Meridien Lav, na biciklu prešao put od Praga do Splita. 2022. je godine je ostvaren nastavak istog poduhvata. Naime, Mike Saran svojim bicikliranjem od Praga do Splita, obilježio početak turističke sezone, skrenuvši pozornost na hrvatski turizam te ukazao češkim državljanima na Hrvatsku kao pristupačnu i atraktivnu ljetnu turističku destinaciju.

Ovaj projekt ima dvije važne poruke koje smo prenijeli javnosti kako u hrvatskim tako i češkim medijima. Prva poruka je ona o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji koja je ponajviše usmjerena prema češkom tržištu i češkim medijima, a koju je i prethodnih godina g. Saran uspješno odaslao u suradnji s HTZ uredom u Pragu. Druga poruka usmjerena je ka promociji zdravog i aktivnog života djece i odraslih, a ujedno i promocija aktivnog turizma u svim dijelovima Hrvatske kojima prolazi ovogodišnja biciklistička ruta, kao i očuvanje same prirode. Utrka je prošla kroz Knin i Drniš 07.06.2022., a sudionici utrke su noćili u Drnišu.

13.06. - 15.06.2022., Martine Coufalove - Bedekr

Studijsko putovanje Češke televizije Bedekr i novinarkе Martine Coufalove. Televizija je radila reportažu o NP Kornatima, te je snimala sve znamenitosti u gradu Šibeniku, NP Krku, Visovac, Sokolarski centar, Etno selo Solaris i otok Krapanj.

15.06.-22.06.2022., Johan Augustin i Bruno Ehrs

Johan Augustin i Bruno Ehrs su švedski novinar i fotograf koji su imali naručene reportaže o Hrvatskoj od švedskog dnevnog lista Dagens Nyheter, specijaliziranih travel magazina Vagabond i Allt om resor, te dnevnog lista Sydsvenska Dagbladet kao i reportazu za Inflight magazin od aviokompanije Turkish Airlines. Novinar Johan Augustin zivi u Australiji. Novinari su razgledali grad Šibenik, posjetili NP Krku, razgledali grad Skradin, cjelodnevni boravak u NP Kornatima, te posjetili vinariju Prgin u Primoštenu.

30.06. – 02.07.2022., Christophe Migeon

Studijsko putovanje francuskog novinara Christophe Migeon koji piše za magazin Terre Sauvage - magazine čiji moto je "The world life size". Ideja kojom se vode je prezentirati grad ili državu iz kuta prirode, faune i flore. Želja im je prezentirati nacionalne parkove i područja prirode koja ne mogu biti ignorirana s temama usmjerenim na zaštitu i konzervaciju prirode te predstavljanje mjesta sa zanimljivim ili zaštićenim vrstama. Novinar je boravio i ronio u NP Kornatima, a noćenja su bila u Šibeniku.

21.07. – 24.07.2022., Rousseau Cassandra i Constantin Antoine

Studijsko putovanje francuskih blogera Rousseau Cassandra i Constantin Antoine uključilo je posjet NP Krka, NP Kornati, vinariji Baraka, razgled grada Šibenika u pratnji vodiča te večeru i noćenje u Šibeniku.

31.07. – 03.08.2022., Przemyslaw Adamski - poljska nacionalna TV ekipa

Przemyslaw Adamski iz nacionalne poljske TV je snimio cijeli jedan V4+ posvećen Šibensko-kninskoj županiji. Scenarij je obuhvaćao tvrđavu u Kninu, Biskupiju, slapove Krčić i Manojlovac, izvor Cetine, crkvu sv. Spasa, Burnum i manastir Krka. Spomenuo je i park prirode Dinara, zip line u kanjonu Čikole, mjesto za sušenje pršuta i pečenje kruha ispod peke kod gospodina Joška Lokasa.

12.09.-15.09.2022., Clémence Thomas i Alexandre Vidueiros

Studijsko putovanje francuskih blogera Clémence Thomas i Alexandre Vidueiros. Blogeri su biciklirajući posjetili Sovlje, Tribunj, Karmelske dvore. Vinarija Birin, uljaru sv. Ivan, razgledali grad Šibenika u pratnji vodiča, i upoznali se s Bike and Wine tura i turom kroz kanal do tvrđave sv. Nikole, te su večerali i noćili u Šibeniku.

12.09.-18.09.2022., *Alexandar Tauscheru - Radioreise*

Radi se o voditelju i producentu njemačkog radija Alexandru Tauscheru koji vodi emisiju Radioreise, koja u prosjeku ima doseg od 1.500.000 slušatelja, a ista se emitira putem raznih kanala. Jedna emisija je u trajanju 53 minuta. Novinar je posjetio grad Šibenik, obilazak grada Šibenika i grada Skradina, NP Krka, NP Kornati uz obilazak Murtera, te se susreo s direktorom TZ Šibensko-kninske županije.

18.09.-20.09.2022., *nizozemski i belgijski novinari i blogeri*

Grupa blogera i novinara iz Belgije i Nizozemske u pratnji direktora predstavništva Ivana Novaka je u pratnji direktora TZ Šibensko-kninske županije posjetila Grad Šibenik, NP Krka, Etnoland i Dalmatinsko selo u Solarisu.

19.09.-20.09.2022., *kazahstanski i azerbejdžanski novinari i blogeri*

Studijsko putovanje grupe kazahstanskih i ukrajinskih novinara i blogera koja se sastojala od šest članova u pratnji s direktorom predstavništva Rajkom Ružičkom. Grupa je u pratnji direktora TZ Šibensko-kninske županije posjetila NP Krka, a imali su i obilazak grada Šibenika, Tvrđave Sv. Nikole te noćenje u Šibeniku.

10.10.-13.10.2022., *mađarske infuencerice*

Mađarske infuencerice u pratnji djelatnice predstavništva Iz Mađarske Mire Horvath su posjetile NP Krka, grad Šibenik, Tvrđavu sv. Nikole, otok Zlarin s Centrom Koralja i otok Prvić s Memorijalni centar Faust Vrančić.

27.10. – 28.10.2022., *Dario Zani i Jessica Ferrari*

Talijanske ekipe DriveZone je posjetili Hrvatsku na temu održivog turizma. DriveZone Italia se bavi temama vezanim uz putovanje automobilima, a na ovo putovanje su došli u suradnji s kućom Tesla Italia. Kako se radilo o električnom vozilu, itinerer se prilagođavao adresama Tesline mreže za punjenje (Supercharger). Snimanje je uključivalo video i stories. Ekipa je posjetila Primošten, Šibenik i NP Krka.

ZAKLJUČAK

Možemo kazati da je 2022. godina predstavljala godinu snažnog oporavka hrvatskog, pa tako i turizma Šibensko-kninske županije od posljedica pandemije koja ga je pogodila u dvije prethodne godine tako da su ukupni rezultati značajno nadmašili one iz 2021., a jako se približili onima iz rekordne 2019. godine.

Dinamika oporavka turističkog tržišta nije bila jednaka u cijeloj 2022. godini. Na početku godine turističko tržište je još uvijek reagiralo poprilično oprezno, kako zbog odjeka same pandemije COVID-19, tako iz zbog sigurnosne nestabilnosti izazvane ratom u Ukrajini. Ipak, približavanjem sezone ljudska potreba za putovanjem je nadvladala strahove i sama turistička sezona je izrazito nalikovala jednoj uobičajenoj dobroj turističkoj godini.

Gore opisanu dinamiku oporavka turističkog tržišta pratile su i aktivnosti Turističke zajednice Šibensko-kninske županije: u početku godine dio sajмова je bio otkazan, pa je jedna od najvažnijih aktivnosti turističke zajednice realizirana u opsegu nešto manjem od planiranog, da bi se približavanjem turističke sezone intenzivirala studijska putovanja zainteresiranih predstavnika medija i agenata, dok su kraj godine obilježile intenzivne aktivnosti na razvoju novih turističkih proizvoda koje su dodatno potaknute sufinanciranjem iz Fonda HTZ-a za razvoj turistički nedovoljno razvijenih područja. Također, potrebno je napomenuti da je 2022. godina bila godina u kojoj je proveden natječaj za izbor direktora, a iako je proces potrajao duže od uobičajenog, sve aktivnosti su se nesmetano odvijale.

U 2022. godini Šibensko-kninska županija je bila domaćin Dana hrvatskog turizma, a pored već etabliranih manifestacija, po prvi put je uspješno organiziran i Outdoor festival.

Aktivnosti turističke zajednice bile su usmjerene na povratak i zadržavanje zadovoljavajuće razine turističkog prometa, smanjenje razlike u prostornom i vremenskom rasporedu gostiju te poticanje razvoja turističkih proizvoda veće dodane vrijednosti kako bi cjelokupni turistički razvoj rezultiramo maksimalizacijom koristi i zadovoljstva lokalnog stanovništva uz minimalizaciju trošenja prirodnih i kulturnih resursa.

Taj pravac će se nastaviti i u 2023. godini, ali vjerujemo još intenzivnije nego do sad.