

IZVJEŠĆE O OSTVARENJU

PROGRAMA RADA

TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA MALOG LOŠINJA

ZA

2016. godinu

Veljača 2016.

Turistički ured

SADRŽAJ:

UVOD

Statistički i finansijski pokazatelji TZG Malog Lošinja za 2016. godinu

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI

- 1.1. Rashodi za radnike
- 1.2. Rashodi ureda
- 1.3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednica

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

- 2.1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada
(osim komunalne infrastrukture)
- 2.2. Manifestacije
- 2.3. Novi proizvodi

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

- 3.1. Online komunikacije
- 3.2. Destinacijski brand management
- 3.3. Opće oglašavanje
- 3.4. Brošure i ostali tiskani materijali
- 3.5. Suveniri i promo materijali
- 3.6. Info table
- 3.7. Smeđa signalizacija
- 3.8. Total quality management

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

- 4.1. Sajmovi
- 4.2. Studijska putovanja
- 4.3. Posebne prezentacije
- 4.4. Prihvat novinara
- 4.5. Press mapa
- 4.6. Zdravlje na otoku vitalnosti
- 4.7. Kongresni turizam

5. INTERNI MARKETING

- 5.1. Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)
- 5.2. Koordinacija subjekata koji su uključeni u turistički promet
- 5.3. Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

- 6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala
- 6.2. Istraživanje tržišta
- 6.3. Formiranje baze podataka
- 6.4. Suradnja s institucijama
- 6.5. Planovi razvoja turizma
- 6.6. PR ugovori –strana tržišta
- 6.7. Press clipping

7. POSEBNI PROGRAMI

- 7.1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena

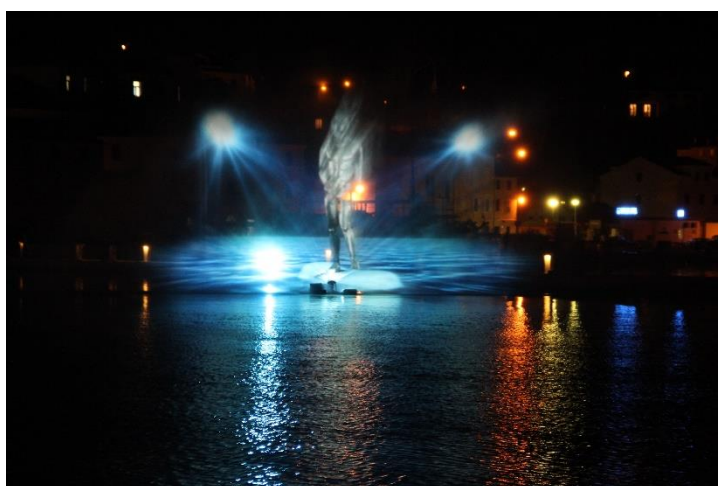
8. OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)

9. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30 %)

UVOD

Najvažnije značajke odvijanja turističke godine 2016.

U travnju 2016. otvoren je jedinstven **Muzej Apoksiomena** u Malom Lošinju posvećen statui Apoksiomen; remek-djelu hrvatske i svjetske kulturne baštine, a projektom 'Apoksiomen na otoku vitalnosti' obilježena je turistička ponuda destinacije. Ponuda inspirana Apoksiomenom uvodi u potpuni kulturni i destinacijski doživljaj, kroz spoj prirode, tradicije, kulture i zdravlja. Moguće je upoznati Apoksiomenove proizvode, iskušati Apoksiomenovu prirodnu kozmetiku i masažu, uputiti se Kulturnim rutama i zaploviti antičkim plovnim putovima te uživati u Apoksiomenovoj antičkoj kuhinji, spoju kreativne ponude lošinjske gastronomije i gastronomije u vrijeme antike.



Turistička zajednica Grada Malog Lošinja organizirala je brojna događanja, edukacije i radionice po temi antike, a prepoznata je i potreba za kreiranjem marketing plana koji bi sadržajno i smisleno oblikovao značajke projekta Apoksiomen te strateški definirao ciljeve promotivnih i prodajnih aktivnosti.

Na svečanoj dodjeli nagrada za održivo i pristupačno upravljanje turizmom, uključujući dostignuća na području zaštite okoliša, održanoj u Bruxellesu 22. travnja 2016., Mali Lošinj osvojio je **nagradu Europskog sustava pokazatelja za održivi razvoj (ETIS) - nagradu za širinu i dubinu prikupljenih spoznaja o praksama održivog turizma na otoku**, zahvaljujući projektu koji broji 130 pokazatelja.

U sklopu konferencije 'Svjetski dan zelenih destinacija' održanoj u Ljubljani, 27. rujna Mali Lošinj primio je prestižni **certifikat 'Top 100 održivih destinacija svijeta' u 2016. godini**.



Mali Lošinj dobitnik je godišnje hrvatske turističke nagrade za **najuspješniju destinaciju turizma zdravlja** u kategoriji destinacija godine, a **projektu Apoksiomen na otoku vitalnosti dodijeljena je nagrada za inovaciju godine** na tradicionalnom skupu turističkih djelatnika 'Dani hrvatskog turizma' održanom 26. i 27. listopada 2016. godine u Bolu na otoku Braču.



TZG Malog Lošinja dobitnik je i brojnih drugih međunarodnih turističkih nagrada, a sve temeljem visoko kreativne kvalitete rada, projekata, razvojnih programa, turističkom prezentacijom te kulturnim, duhovnim i drugim programima koji sveukupno pridonose prosperitetu, kvaliteti te boljitku i razumijevanju među ljudima i narodima.

Rezultat je to dugogodišnjeg strateškog planiranja, višemilijunskih ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta te sinergije javnog i privatnog sektora.

Najvažnije značajke odvijanja turističkog prometa u 2016.godini

01.01.2016. u primjeni je **eVisitor** novi Informacijski sustav za prijavu i odjavu turista.

eVisitor-informacijski sustav za prijavu i odjavu služi:

- Prikupljanju i obradi podataka o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima na području Republike Hrvatske
- Vršanju prijave i odjave gostiju od strane pružatelja usluga smještaja putem Interneta
- Obračunu i kontroli naplate boravišne pristojbe
- Obradi i analizi podataka te izvještavanju u statističke svrhe
- Međusobnoj suradnji tijela javne vlasti u izvršavanju zakonskih zadaća

U cilju povezivanja svih Turističkih zajednica i pružatelja usluga smještaja te s ciljem povezivanjem podataka o turistima u cjelokupnu bazu podataka, pojednostavljenja samog procesa prijave i odjave turista te nadzora nad uplatom boravišne pristojbe, od siječnja 2016. godine Hrvatska turistička zajednica uvela je novi elektronski sustav za prijavu i odjavu turista – eVisitor. Zamišljen kao web aplikacija bez potrebe za dodatnim instaliranjem na računalo, glavna ideja novog sustava je dostava podataka o turistima isključivo elektronskim putem kako bi iznajmljivačima, vlasnicima kuća za odmor te vlasnicima nekomercijalnih objekata olakšali sistem prijavljivanja. Još sredinom travnja 2015. godine sedam turističkih zajednica uključilo se u pilot fazu ovog novog sustava kako bi testirali novi informacijski sustav, a među njima sudjelovala je i Turistička zajednica Grada Malog Lošinja sa svojih osamdesetak iznajmljivača kojima je pružena mogućnost rada u testnoj okolini eVisitora, odnosno probni rad, uz individualna savjetovanja iznajmljivača u Turističkom uredu. Tijekom pilot faze predstavnici turističkih zajednica sudjelovali su na radnim i edukativnim sastancima te je svaka zajednica pripremala i ažurirala baze trenutno važećih rješenja ugostiteljskih objekata o pružanju usluga smještaja na području svog djelovanja. Tijekom 2015. i 2016. godine Turistička zajednica Grada Malog Lošinja izdaje pristupne podatke, a do sada je ubačeno 3.110 obveznika i 3.638 objekata. Turistička zajednica Grada Malog Lošinja 26. siječnja 2016. godine održala je „Dan otvorenih vrata eVisitor“, kako bi svojim iznajmljivačima pobliže objasnili i predstavili funkcioniranje novog sustava.

U Turističkom su se uredu održale cjelodnevne edukacije svakog punog sata za 250 iznajmljivača, a iznajmljivači su imali priliku vidjeti kako sustav eVisitor funkcionira te su sami mogli izvršiti prijavu odnosno odjavu gostiju i/ili napraviti te preuzeti svoje pristupne podatke.

15. ožujka 2016. godine u Vitality Hotelu Punta, na 4. Forumu lošinjskih iznajmljivača-Inovativnom privatnom, na kojem je sudjelovalo skoro 250 iznajmljivača, djelatnici Turističkog ureda na info punktu vršili su usluge eVisitor savjetovanja.

Putem svakodnevne komunikacije s iznajmljivačima i drugim smještajnim objektima (učestale objave na službenoj web stranici www.visitlostinj.hr i facebook stranici Lošinj- Island of Vitality te redovitim slanjem newslettera i mailova sa svim novostima) te kako bi svojim korisnicima olakšali prilagodbu i rad u novom sustavu, Turistička zajednica Grada Malog Lošinja omogućila je u Turističkom uredu svakodnevno korištenje dva PC- terminala uz pomoć kvalificiranog osoblja koje u svakom trenutku stoji na raspolaganju, također i putem mailova te telefonske linije.

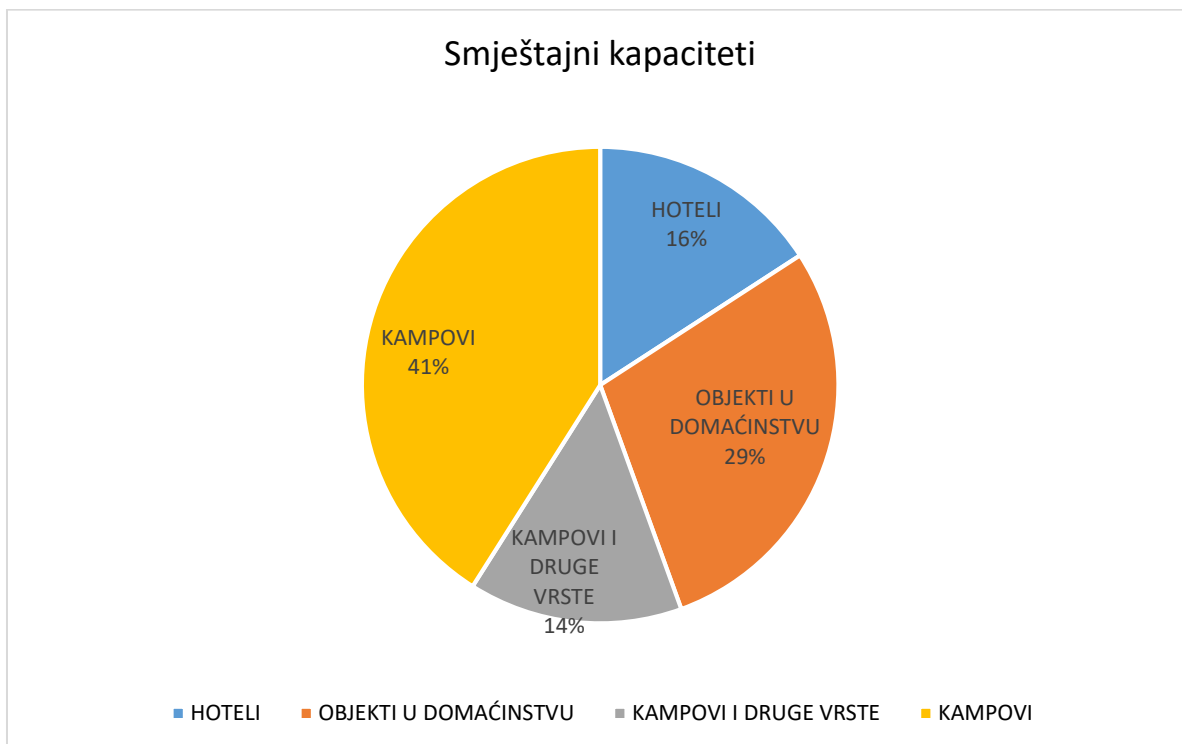
Učestala je i koordinacija s turističkim agencijama koje svakodnevno preuzimaju pristupne podatke za iznajmljivače te vrše prijavu gostiju temeljem punomoći iznajmljivača.

eVisitor - TZG Malog Lošinja u brojevima

Ukupan broj obveznika TZG Malog Lošinja **3.110**

	objekata	Komercijalni	nekomercijalni
Ukupno otvoreno	3.638	1.213	2.425

Kreveti po vrstama kapaciteta		udjel %
HOTELI	3.311	15,8
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	5.984	28,6
KAMPOVI I DRUGE VRSTE	3.036	14,5
KAMPOVI	8.572	41,0
UKUPNO	20.903	100,0



Početna stranica eVisitor TZG MALOG LOŠINJA

The screenshot shows the eVisitor website interface. At the top, there is a navigation menu with links for 'Početna', 'Obveznici', 'Turisti', 'Izvještaji', 'Objekti', 'Financije', and 'Kontakt'. Below the menu, there are sections for 'Događanja u okolici' (Events in the area) and 'Vremenska prognoza' (Weather forecast). A news section titled 'Obavijesti TZ' contains an article about a cycling event in Malinska. On the right side, there is a 'Detajnija prognoza' section with a table of statistics for 8.11.2016.

Info na: 8.11.2016.	
Broj obveznika	3110
Broj objekata	3438
Broj ležajeva	42875
Ukupan dug	594.124,58 kn
Broj prijavljenih turista	114
Neprokrnjene uplate	5

At the bottom of the page, there is a search bar for tourists with fields for 'Datum' (Date), 'Od' (From), 'Do' (To), and 'Prikaz po' (Show by).

Turističku 2016. obilježilo je ostvarenje turističkog prometa **2.203.155** noćenja i **287.582** dolazaka.

Mali Lošinj se i ove godine svrstao u vodeća odredišta u Hrvatskoj, 6. destinacija u HR po ostvarenim stranim noćenjima i 4. u HR po ostvarenju noćenja domaćih turista.

Već osam godina zaredom Lošinj je **u rujnu dosegnuo 2 milijuna noćenja**, a ove godine dva dana ranije u odnosu na prethodnu 2015. godinu.

Prosječni dani boravka gostiju su 7,7 dana, dok je prosječna starost gosta u dobnoj granici od 45-54 godina.

Dolasci i noćenja po mjesecima – noćenja 7 i 8 mjeseca čine 65 % godišnjeg ostvarenja noćenja, dok 6,7, 8 i 9 mjesec čine 89,6 % ukupnih noćenja

Zahvaljujući prirodnim bogatstvima, raznolikoj ponudi, brojnim investicijama, ali isto tako i odgovornosti i kreativnosti stanovnika koji svakodnevnom suradnjom pomažu podizanju kvalitete ponude i zajedničke vizije arhipelaga, Lošinj se danas može pohvaliti odličnim turističkim rezultatima.

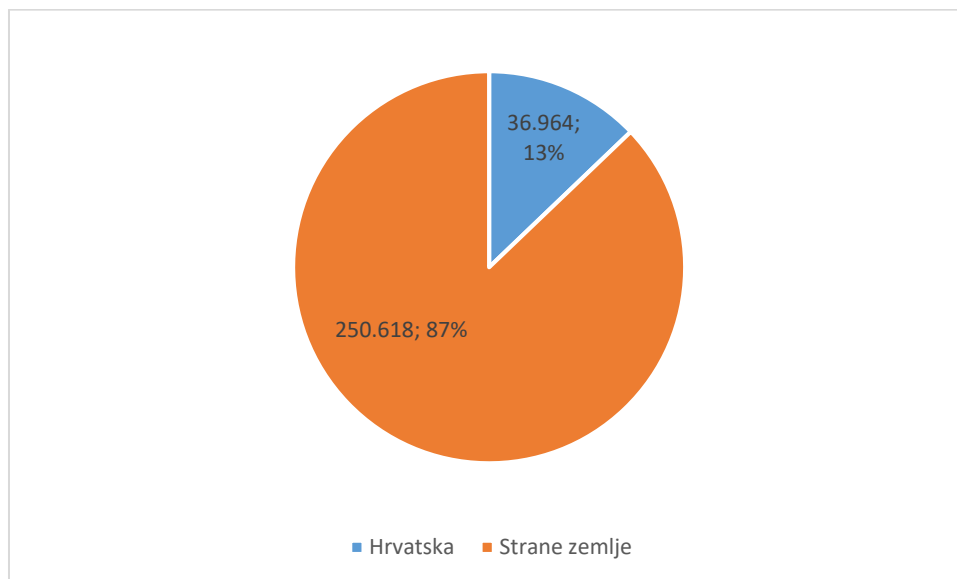
Ukupan broj noćenja je za 2% veći od prošlogodišnjeg rezultata istog razdoblja, pri čemu su ostvarena noćenja gostiju iz Hrvatske na prošlogodišnjem nivou, dok je stranih noćenja 2 % više.

Dolazaka domaćih turista bilo je 36.964 a ostvarili su 289.273 noćenja (13,13 % ukupnih noćenja), dok je dolazaka stranih turista zabilježeno 250.618 a noćenja 1.913.882 (86,87 % ukupnih noćenja).

Udio noćenja TZG Malog Lošinja u noćenjima TZ Kvarnera (13.989.567) je 15,7 %.Mali Lošinj se u dosadašnjem tijeku turističke godine svrstao u vodeće destinacije u Hrvatskoj, a najposjećenija je destinacija na Kvarneru.

TZG Malog Lošinja - udjel noćenja Hrvatska i strana tržišta

Ukupan broj dolazaka turista u 2016. godini bilježi indeks 104 u odnosu na 2015. godinu, domaći dolasci bilježe ind 97 ,dok su dolasci stranih turista zabilježili porast od 5 %.



Najviše noćenja ostvareno je u **kampovima** 769.495 slijede **objekti u domaćinstvu** sa 391.570 noćenja **hoteli** s 386.763 noćenja. Porast turističkog prometa bilježi se s najvažnijih emitivnih tržišta.

Država	Dolasci	Noćenja	Udio dolazaka	Udio noćenja	iind 16/15
Slovenija	70.535	585.087	24,53%	26,56%	99
Njemačka	54.351	466.520	18,90%	21,18%	104
Hrvatska	36.964	289.273	12,85%	13,13%	100
Italija	38.943	277.061	13,54%	12,58%	100
Austrija	36.454	237.068	12,68%	10,76%	108

U ukupnim dolascima, gosti iz Slovenije tradicionalno imaju primat sa 26,6 %, slijede gosti iz Njemačke sa 21,2 %, Italije 12,6%, Austrije 10,8 %, Češka 2,6 % i ostale zemlje 13,1%. U grupi ostalih zemalja Nizozemska sudjeluje s 1,71 %, Poljska 1,45 %, Mađarska 1,34 %, Švicarska 1,28 %, Slovačka 1,09 %. Ostale zemlje koje sudjeluju s postotkom manjim od 1 % i čine udjel od **6,31 %**. (Švedska, Srbija, Francuska, Belgija, Ujedinjena Kraljevina, Ukrajina, SAD, Rusija, BIH, Danska, Rumunjska, Norveška).

Turisti iz Hrvatske;

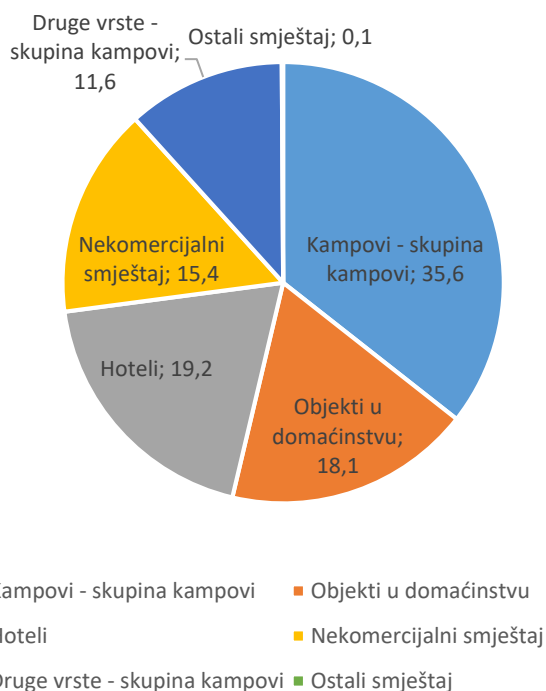
Ukupno dolasci 36.964 noćenja 289.273

Prikaz dolazaka i noćenja turista u **Hrvatskoj po županijama;**

Naziv izvještaja: Domaći po županijama, 2016.godina						
Županija	Dolasci	Noćenja	Udio dolasci	Udio noćenja	Prosječno trajanje boravka (u danima)	Broj stanovnika
Grad Zagreb	15.740	159.437	42,58%	55,12%	10,13	790.017
Primorsko-Goranska	5.562	28.665	15,05%	9,91%	5,15	296.195
Zagrebačka	2.783	20.250	7,53%	7,00%	7,28	317.606
Vukovarsko-Srijemska	1.560	11.776	4,22%	4,07%	7,55	179.521
Osječko-Baranjska	1.266	10.693	3,42%	3,70%	8,45	305.032
Istarska	2.224	7.393	6,02%	2,56%	3,32	208.055
Karlovačka	778	6.524	2,10%	2,26%	8,39	128.899
Krapinsko-Zagorska	816	5.530	2,21%	1,91%	6,78	132.892
Međimurska	663	5.518	1,79%	1,91%	8,32	113.804
Sisačko-Moslavačka	604	5.170	1,63%	1,79%	8,56	172.439
Koprivničko-Križevačka	584	5.047	1,58%	1,74%	8,64	115.584
Varaždinska	813	4.945	2,20%	1,71%	6,08	175.951
Bjelovarsko-Bilogorska	534	4.789	1,44%	1,66%	8,97	119.764
Splitsko-Dalmatinska	931	3.115	2,52%	1,08%	3,35	454.798
Brodsko-Posavska	449	3.094	1,21%	1,07%	6,89	158.575
Požeško-Slavonska	289	2.334	0,78%	0,81%	8,08	78.034
Zadarska	605	1.936	1,64%	0,67%	3,20	170.017
Virovitičko-Podravska	210	1.097	0,57%	0,38%	5,22	84.836
Šibensko-Kninska	272	800	0,74%	0,28%	2,94	109.375
Dubrovačko-Neretvanska	171	763	0,46%	0,26%	4,46	122.568
Ličko-Senjska	110	397	0,30%	0,14%	3,61	50.927
Nautika	0	0	0,00%	0,00%	0,00	0
Ukupno:	36.964	289.273	100,00%	100,00%	6,45	4.284.889

Noćenja po vrstama smještajnih kapaciteta u 2016.

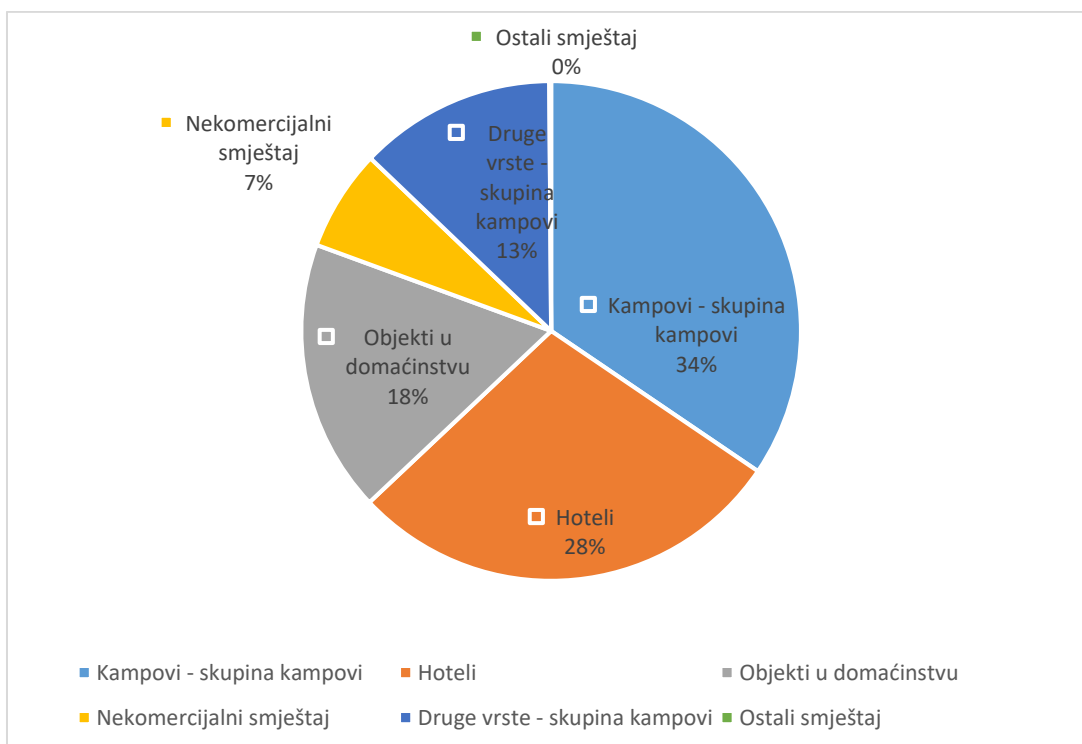
Vrsta objekta	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	IND16/15
Kampovi - skupina kampovi	19.743	763.883	783.626	99
Objekti u domaćinstvu	39.941	358.019	397.960	104
Hoteli	60.618	363.089	423.707	99
Nekomercijalni smještaj	117.923	220.911	338.834	
Druge vrste - skupina kampovi	48.648	207.980	256.628	
Ostali smještaj	2.400	0	2.400	
Ukupno:	289.273	1.913.882	2.203.155	102


Udjel noćenja smještajnih kapaciteta u 2016.

Dolasci u 2016. godini

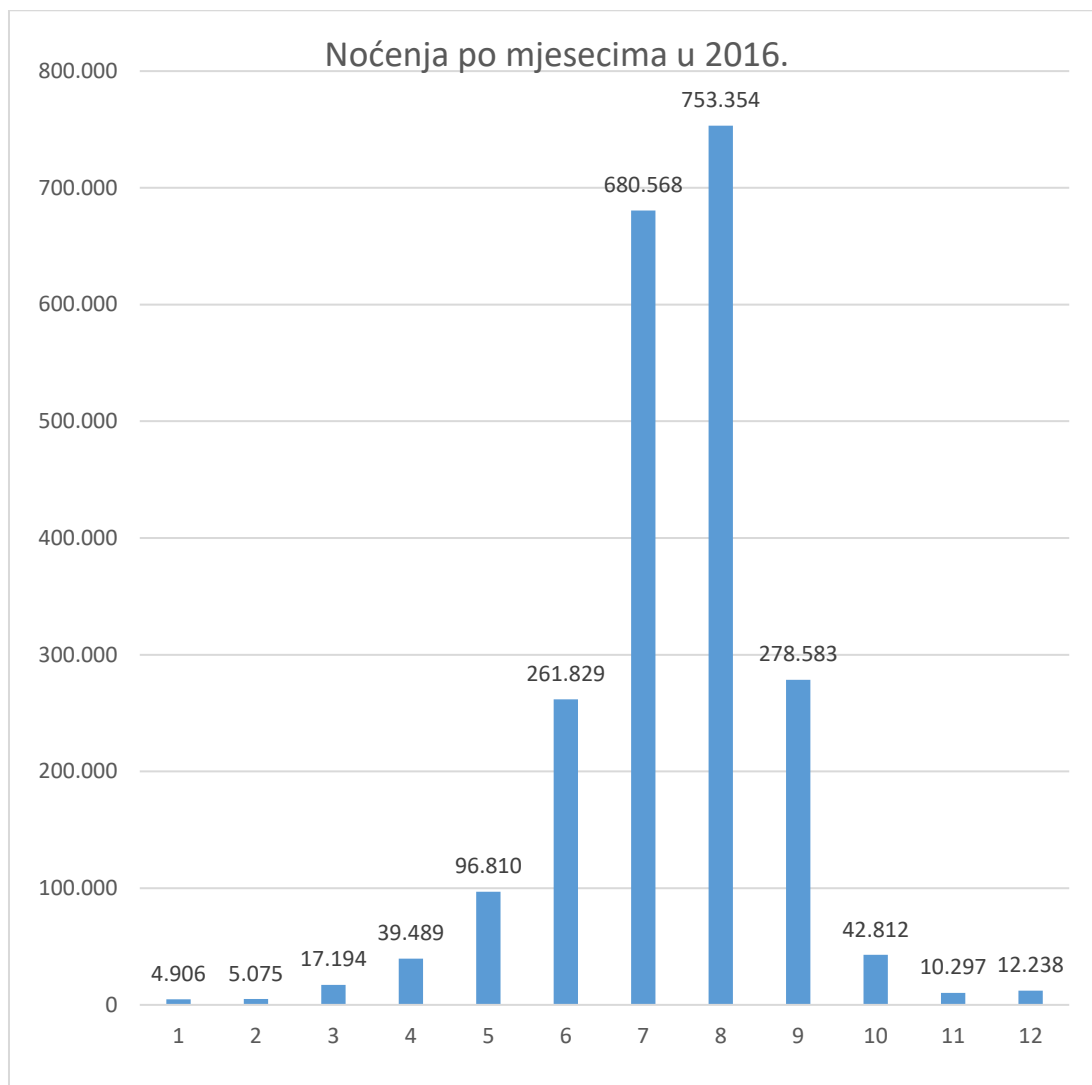
Vrsta objekta	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	IND
Kampovi - skupina kampovi	2.762	96.411	99.173	99
Hoteli	17.224	64.687	81.911	102
Objekti u domaćinstvu	5.664	45.032	50.696	107
Nekomercijalni smještaj	3.646	15.179	18.825	
Druge vrste - skupina kampovi	7.326	29.309	36.635	
Ostali smještaj	342	0	342	
Ukupno:	36.964	250.618	287.582	104

Udjel dolazaka prema vrsti objekta

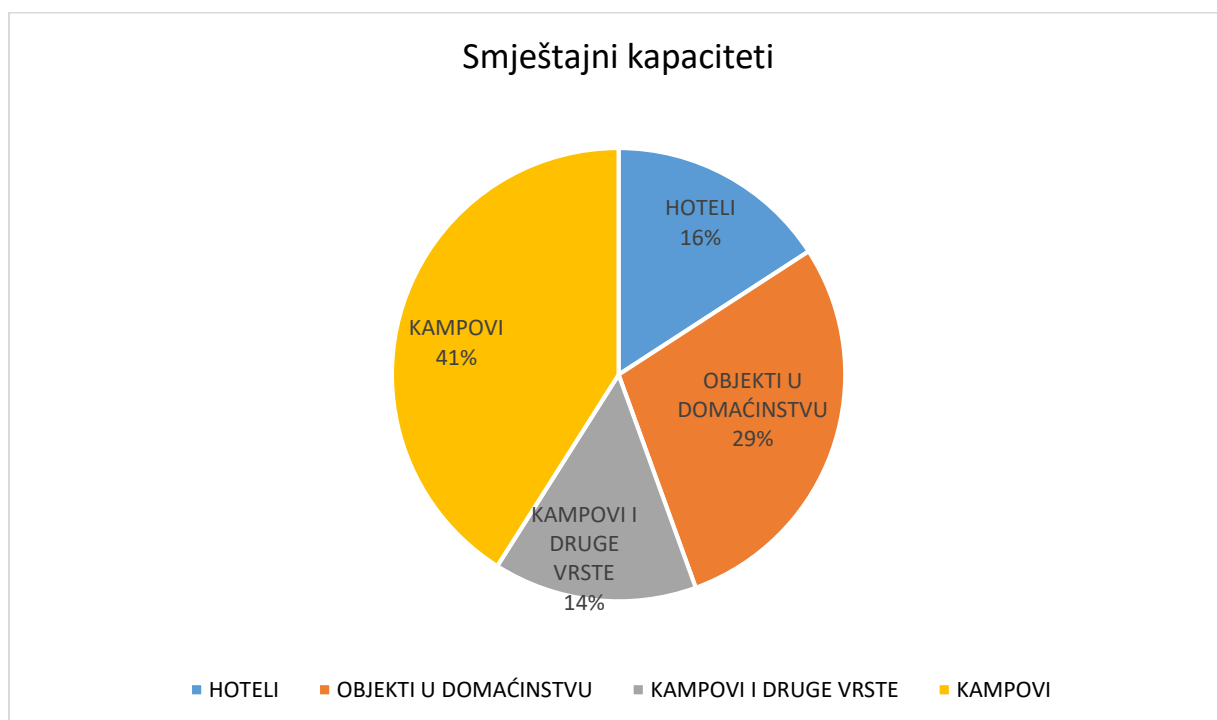


Kretanje turističkog prometa dolazaka i noćenja po mjesecima 2016.

TZG MALOG LOŠINJA - DOLASCI I NOĆENJA PO MJESECIMA U 2016.								
MJESECI	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	IND 16/15	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	IND16/15
1	293	212	505	55	1.546	3.360	4.906	79
2	468	619	1.087	107	1.529	3.546	5.075	83
3	1.955	2.421	4.376	149	5.888	11.306	17.194	143
4	2.138	8.429	10.567	91	6.361	33.128	39.489	80
5	3.961	14.686	18.647	98	15.344	81.466	96.810	97
6	5.369	34.942	40.311	98	31.981	229.848	261.829	96
7	8.794	72.808	81.602	110	88.122	592.446	680.568	103
8	7.422	74.612	82.034	98	95.392	657.962	753.354	102
9	3.000	31.451	34.451	107	30.539	248.044	278.583	103
10	1.932	6.607	8.539	122	7.117	35.695	42.812	119
11	926	1.210	2.136	199	2.831	7.466	10.297	178
12	706	2.621	3.324	108	2.623	9.615	12.238	112
Ukupno:	36.964	250.618	287.582	104	289.273	1.913.882	2.203.155	102



Broj smještajnih kapaciteta po vrstama kapaciteta u 2016. godini



Prosječna iskorištenost kapaciteta u danima prema vrstama smještajnih kapaciteta:

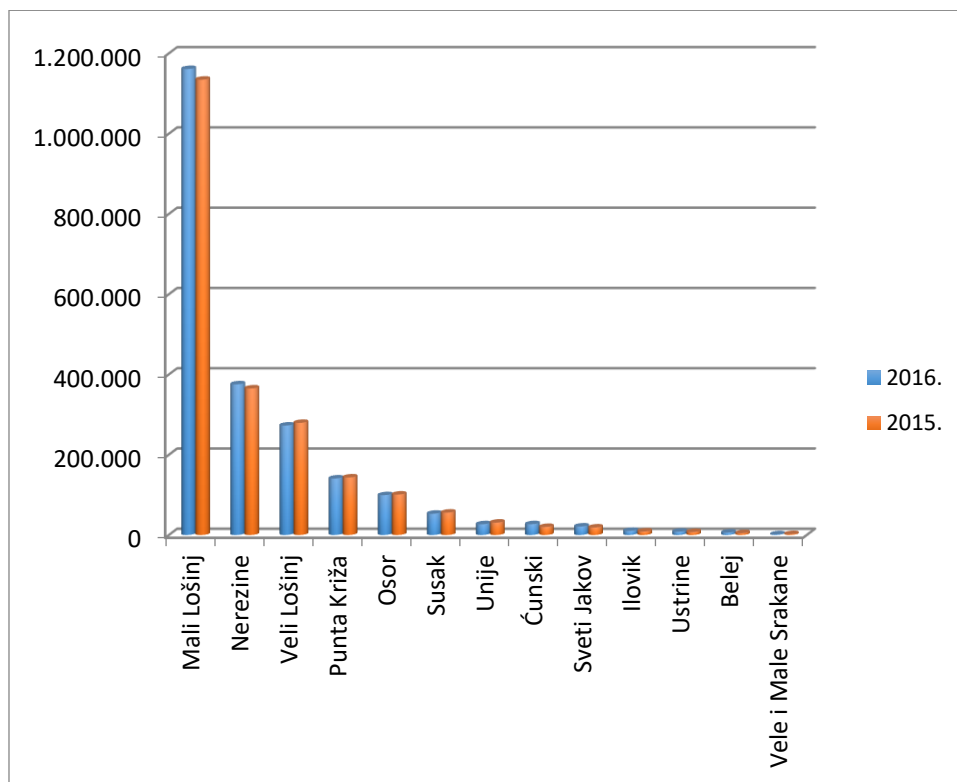
Statistički pokazatelji TZG Malog Lošinja u 2016.							
Vrste smještaja							
	Turistički promet po državama	udio u noćenjima	Prosječno trajanje noćenja	dani	Udio noćenja	udjel noćenja vrste smještaja	iskorištenost kapaciteta u danima
		%	Hrvatska	3,5	14,31	%	
HOTELI	Austrija	24,22	Strane zemlje	5,6	85,69		
	Njemačka	17,12	Ukupno	5,17			
	Hrvatska	14,31				19,2	128
	Slovenija	13,18					
	Italija	11,91					
	Ostale zemlje	19,26					

KAMPOVI	Njemačka	34,73	Hrvatska	7,14	2,52		
	Slovenija	28,58	Strane zemlje	7,92	97,48	35,6	91,4
	Italija	10,51	Ukupno	7,9			
	Austrija	8,36					
	Nizozemska	3,95					
	Ostale zemlje	13,87					
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	Italija	24,23	Hrvatska	8	10,04		
	Njemačka	21,64	Strane zemlje	8,01	89,96	18	67
	Slovenija	12,54	Ukupno	7,85			
	Austrija	10,36					
	Hrvatska	10,04					
	Ostale zemlje	21,19					
KAMPOVI I DRUGE VRSTE (hosteli, prenoćišta, kuće za odmor, apartmani)	Slovenija	53,0	Hrvatska	6,64	18,96		
	Hrvatska	19,0	Strane zemlje	7,09	81,04		
	Njemačka	6,1	Ukupno	7		11,7	85
	Italija	5,9					
	Austrija	5,4					
	Ostale zemlje	10,7					
NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ (kuća za odmor vikendica, stan za odmor, kuće i stanovi stanovnika)	Slovenija	35,2	Hrvatska	32,34	34,8		
	Hrvatska	34,8	Strane zemlje	14,55	65,2	15,5	
	Italija	9,64	Ukupno	18			
	Njemačka	5,91					
	Austrija	4,12					
	Ostale zemlje	10,33					
UKUPNO	Slovenija	26,6	Hrvatska	7,82	13,13	100	89
	Njemačka	21,2	Strane zemlje	7,64	86,87		
	Hrvatska	13,1	Ukupno	7,66			
	Italija	12,6					20.903 kreveta
	Austrija	10,8					
	Ostale zemlje	15,8					

Noćenja po turističkim mjestima 2016./2015.

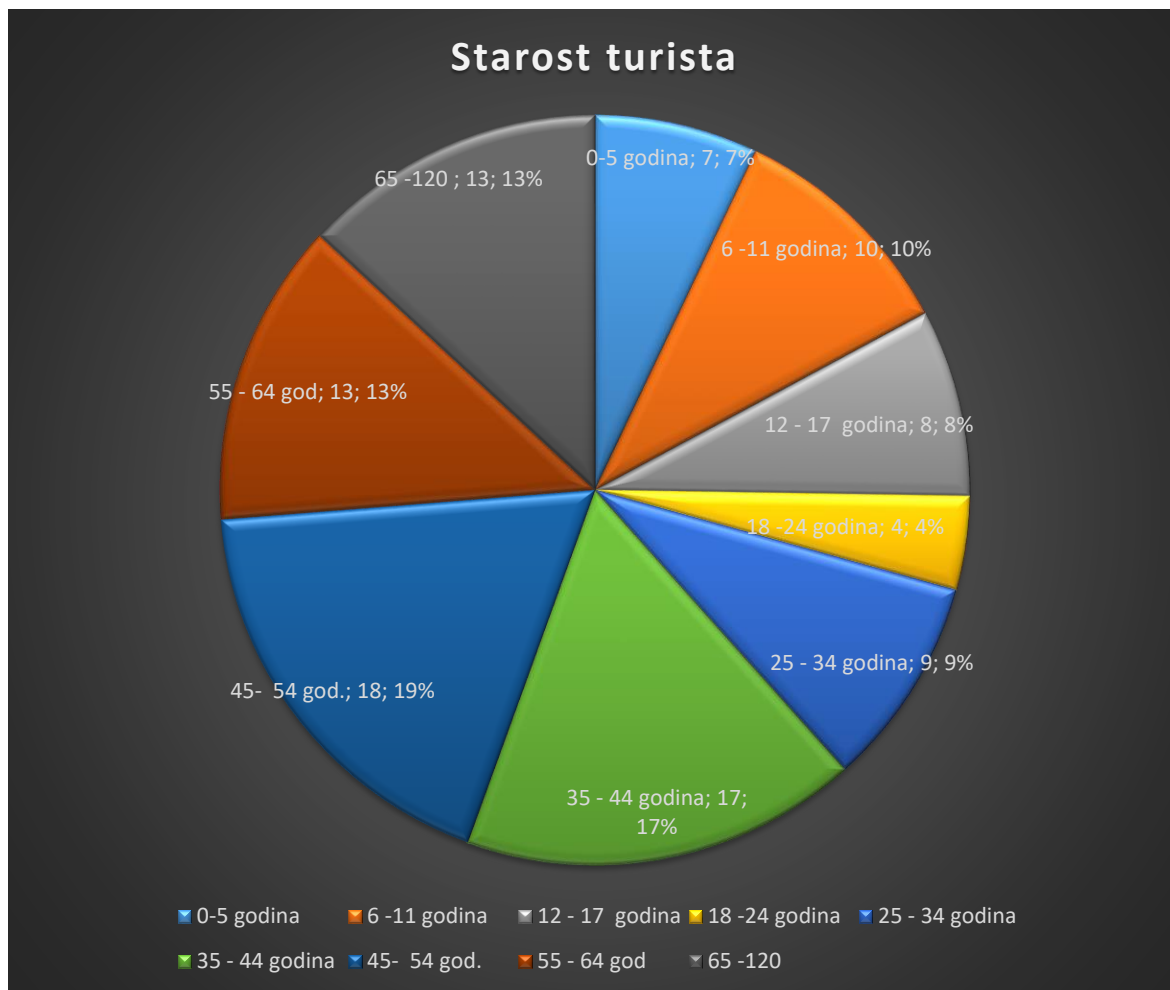
TZG MALOG LOŠINJA				
NOĆENJA - Turistička mjesta	2016.	2015.	ind	udjel
Mali Lošinj	1.161.005	1.134.445	102	52,7
Nerezine	375.393	365.049	103	17,0
Veli Lošinj	272.712	279.328	98	12,4
Punta Križa	140.778	143.334	98	6,4
Osor	99.157	100.697	98	4,5
Susak	52.998	55.741	95	2,4
Unije	26.828	30.829	87	1,2
Ćunski	26.894	20.034	134	1,2
Sveti Jakov	21.138	18.695	113	1,0
Ilovik	10.307	8.728	118	0,5
Ustrine	8.264	7.375	112	0,4
Belej	5.928	4.491	132	0,3
Vele i Male Srakane	1.753	2.204	80	0,1
UKUPNO	2.203.155	2.170.950	102	100,0

Turistička mjesta – noćenja usporedba



Udjel noćenja prema dobnim skupinama u 2016.godini

TZG MALOG LOŠINJA, STAROST TURISTA U 2016.				
Turist Starost	Broj noćenja	%	Broj dolazaka	%
0-5	150.869	7	17.898	6
6-11	213.065	10	24.781	9
12-17	187.085	8	21.908	8
18-24	94.608	4	13.437	5
25-34	203.018	9	33.030	11
35-44	372.572	17	52.087	18
45-54	402.382	18	55.970	19
55-64	296.244	13	39.739	14
65-120	283.312	13	28.732	10
Ukupno	2.203.155	100	287.582	100



U odnosu na rezultate prošlogodišnjeg razdoblja, prosječna dob gosta je ostala ista u granici od 45 do 54 godina promatrajući dolaske i noćenja gostiju.

U svim ostalim dobnim skupinama je došlo do manjih razlika u odnosu na 2015.

E-nautika

Nastavljen je u 2016. godini projekt e-nautika, odnosno, projekt praćenja turističkog prometa ostvarenog na plovnim objektima. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture RH izradilo je informatičku aplikaciju te u suradnji s Ministarstvom turizma RH izdaje vinjete za plovila, vrši naplatu, izdaje račun za vinjetu i dnevno uplaćuje prikupljena sredstva na poseban račun HTZ-a, te dostavlja podatke o iznosu naplaćenih vinjeta i broju izdanih vinjeta.

Sukladno Sporazumu o međusobnoj suradnji na realizaciji projekta E-nautika, na području Grada Malog Lošinja u razdoblju od 15.04. do 01.10.2016. u Lučkoj ispostavi Mali Lošinj zaposleno je 4 djelatnika na 4 prijavna mjesta.

Lučka kapetanija Rijeka, Ispostava Mali Lošinj je temeljem dostavljenog popisa pristiglih molbi predložila zapošljavanje sljedećih djelatnika kako slijedi:

Prijavno mjesto broj 1. od 15.04. do 15.09.2016. – Ana Šimenić

Prijavno mjesto broj 2. od 15.04. do 15.09.2016. – Elvira Menković

Prijavno mjesto broj 3. od 15.05. do 01.10.2016. - Ines Žugić

Prijavno mjesto broj 4. od 01.06. do 01.10.2016. – Goranka Mackelworth

Broj izdanih vinjeta u lučkoj ispostavi Mali Lošinj u razdoblju od 01.01.2016. do 31.12.2016. iznosi 2849 (2591 u 2015.) u vrijednosti od 1.422.997,66 kuna., u odnosu na 2015. godinu više za 9,96%.

Boravišna pristojba uplaćena u lučkoj ispostavi Mali Lošinj u razdoblju od 01.01.2016. do 31.12.2016. iznosi 951 potvrda u vrijednosti od 434.000,00 kuna dok je u istom razdoblju 2015. godine iznosila 412.050,00 kuna ili 934 potvrda.

FINANCIJSKO IZVJEŠĆE - PRIHODI

PRIHODI PO VRSTAMA		PLAN 2016.	REBALANS 2016.	OSTVARENJE 2016.	IND. OST/REB.
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	6.400.000,00	6.430.000,00	6.267.837,87	97,48
1.1.	Smještajni objekti	6.300.000,00	6.300.000,00	6.173.744,10	98
1.2.	Plovni objekti	100.000,00	130.000,00	94.093,79	72,4
2.	Prihodi od turističke članarine	700.000,00	760.000,00	786.253,09	103,45
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	1.090.000,00	444.000,00	444.000,00	100,00
3.1.	za programske aktivnosti	1.090.000,00	444.000,00		
3.1. 1.	Sufinanciranje projekta TQM - Ministarstvo turizma	70.000,00	0,00		
3.1. 2.	Sufinanciranje projekta TQM - članice TZG Malog Lošinja	70.000,00	0,00		
3.1. 3.	Sufinanciranje istraživanja imaga-e destinacije - Grad Mali Lošinj	50.000,00	0,00		
3.1. 4.	Sufinanciranje Grada Mali Lošinj- Projekt Apoksiomen na Lošinj	100.000,00	0,00		
3.1. 5.	Sufinanciranje Grada Mali Lošinj- prihvata novinara na temu Apoksiomen na Lošinj	100.000,00	0,00		
3.1. 6.	Sufinanciranje Grada Malog Lošinja - consulting u projektu Apoksiomen na Lošinj	70.000,00	15.000,00	15.000	100
3.1. 7.	Sufinanciranje Grada Malog Lošinja - oglašavanje u projektu Apoksiomen na Lošinj	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100
3.1. 8.	Sufinanciranje Grada Malog Lošinja - tiskanje prospekta Apoksiomen na Lošinj	100.000,00	0,00		
3.1. 9.	Sufinanciranje dodatnih oglašavanja i marketinških aktivnosti na temu Apoksiomen	60.000,00	16.000,00	16.000,00	100
3.1.10.	Ostale aktivnosti	20.000,00	13.000,00	13.000,00	100
3.1.11.	Sufinanciranje Grada Malog Lošinja	350.000,00	300.000,00	300.000,00	100
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	643.550,00	221.121,19	169.155,84	76,50
4. 1.	Sufinanciranje članica -Touch screen Valbiska	60.000,00	0,00		
4. 2.	Sufinanciranje tiska knjige -Apoksiomenova gastronomska priča	50.000,00	0,00		

4. 3.	Sufinanciranje HTZ-po osnovi kandidatura - oglašavanje u promotivnim kampanjama HTZ-a - Apoksiomen	100.000,00	93.015,49	93.015,49	100
4. 4.	Ostale aktivnosti - HTZ (smještaj novinara), TZ Kvarnera	80.000,00	20.000,00	20.000,00	100
4. 5.	Prihod od kotizacije edukacija za turističke vodiče	20.000,00	0,00		
4. 6.	Prihod od učesnika u programima aromaterapije za tisak letaka	10.000,00	0,00		
4. 7.	Prihod po osnovi plana integriranih komunikacijskih aktivnosti	150.000,00	0,00		
4. 8.	Kotizacija ugostitelja za edukacije na temu gastronomije	25.000,00	0,00		
4. 9.	Sufinanciranje HTZ-po osnovi kandidatura udruženo oglašavanje -zdravstveni turizam	100.000,00			
4.10.	Sufinanciranje HTZ-po osnovi kandidatura udruženo oglašavanje Facebook i oglašavanje u zdravstvenim ustanovama	28.550,00	108.105,70	56.140,32	51,93
4.11.	Sufinanciranje HTZ-a -Kordinacijski timovi PPS destinacije	20.000,00			
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	0,00	0,00		
6.	Ostali nespomenuti prihodi	100.000,00	248.448,82	247.212,46	99,50
	SVEUKUPNO PRIHODI	8.933.550,00	8.103.570,01	7.914.459,23	97,67

1. Prihodi od boravišne pristojbe

6.267.837,87 KN

Analizirajući rezultate ovogodišnjih pokazatelja prihoda boravišne pristojbe za 2016. u usporedbi s ostvarenjem istog razdoblja 2015. bilježimo ind 102 .

Ukupno naplaćenju BP u 100 % iznosu po turističkim mjestima 9.846.882,43 pribraja se i naplaćena BP po osnovi rasporeda BP prikupljene na posebnom računu HTZ-e (nautika) iznos 94.093,79 kn, što ukupno iznosi 9.940.976,20 KN, a dio koji pripada TZG Malog Lošinja iznosi **6.267.837,87 KN.**

UPLATA BP TZG MALOG LOŠINJA U 2016. PREMA KORISNICIMA					
Uplata	Raspodjela HTZ Uplata	Raspodjela TZŽ Uplata	Raspodjela TZ Uplata	Raspodjela Crveni križ Uplata	Raspodjela nerazvijena RN Uplata
9.846.882,43	2.375.560,45	950.224,19	6.176.457,06	98.468,82	246.172,07
100%	24,13	9,65	62,73	1,00	2,50

Ostvarenje prihoda boravišne pristojbe po smještajnim kapacitetima

TZG MALOG LOŠINJA -2016.					
Objekt Vrsta objekta	Donos	Zaduženo	Uplata	Razlika	Saldo
Hoteli	12.731,48	2.374.097,25	2.349.785,98	24.311,27	37.042,75
Kampovi	14.082,75	4.038.376,25	4.049.473,75	-11.097,50	2.985,25
Nekomercijalni smještaj	1.890,00	462.981,55	480.565,66	-17.584,11	-15.694,11
Objekti u domaćinstvu	47.413,21	1.739.525,00	1.750.273,54	-10.748,54	36.664,67
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	9.249,72	1.218.150,00	1.205.709,50	12.440,50	21.690,22
Ostalo	0,00	10.871,00	11.074,00	-203,00	-203,00
Ukupno	85.367,16	9.844.001,05	9.846.882,43	-2.881,38	82.485,78

Dug ukupno po obveznicima					176.427,22
Pretplata ukupno po obveznicima					-93.941,44

Uplata BP po vrstama naplate u objektima

TZG MALOG LOŠINJA	
Objekt Vrsta naplate	Uplata
Komercijalni – paušalno	1.757.225,04
Komercijalni – po noćenju	7.609.091,73
Nekomercijalni	470.670,76
Oslobođeni	9.894,90
Ukupno	9.846.882,43

Uplata BP po turističkim razredima turističkih mjesta

TZG MALI LOŠINJ 2016.		
Objekt lokacija Turistički razred	Uplata BP	
A	9.535.973,29	96,84
B	185.589,54	1,88
C	113.180,91	1,15
D	12.138,69	0,12
Ukupno	9.846.882,43	100

2. Prihodi od turističke članarine**786.253,09 KN**

Prihod je veći od priliva po mjesecima za 3.182,72 Kn radi neraspoređenih uplata turističke članarine sa 31.12.2016.

Ostvarenje prihoda turističke članarine bilježi ind 103,45 – više ostvareno od planiranog

U usporedbi s naplatom turističke članarine iz 2015. ind 109.

Prihod boravišne pristojbe i turističke članarine u 2016.po mjesecima

PRIHODI	2016.		2016.	
MJESEC	Boravišna pristojba	INDEKS	Turistička članarina	INDEKS
siječanj	11.321,57	37	50.544,58	99
veljača	2.019,90	33	72.230,73	124
ožujak	29.406,83	85	57.234,94	93
travanj	40.974,06	154	63.822,26	105
svibanj	151.866,71	83	145.549,32	213
lipanj	412.493,62	163	48.141,33	429
srpanj	1.411.826,14	87	56.153,69	67
kolovoz	1.959.317,86	115	64.258,53	104
rujan	1.397.837,29	88	59.816,40	92
listopad	519.508,16	105	49.165,47	77
studeni	132.538,47	174	63.302,70	114
prosinac	104.787,79	248	52.850,42	125
UKUPNO:	6.173.898,40	102	783.070,37	109

3. Prihodi iz proračuna **444.000,00 KN ind 100**

Uključuju sufinanciranje Grada Malog Lošinja sukladno sklopljenim ugovorima za sufinanciranje projekata- Apoksiomen na Lošinju, zdravstveni turizam i manifestacije.

4. Prihodi od drugih aktivnosti **169.155,81 KN**

Ostvareni su u 2016.godini u iznosu od 169.155,81 kn ind 76,50

U ovoj grupi prihoda uključena su sufinanciranja po osnovi ;



Sufinanciranja HTZ-a po osnovi kandidatura udruženog oglašavanja



Sufinanciranja HTZ-a po apliciranju na Javne pozive sufinanciranja manifestacija

Stavka prihoda po realiziranim oglašavanjima Happy Ferien – Model I - sufinanciranje HTZ-a, nije ostvarena u cijelosti obzirom da HTZ nije uvažio predložena oglašavanja pod model destinacijskog oglašavanja, uvažen je dio media plana)

5. Prijenos prihoda prethodne godine
nije ostvaren

6. Ostali nespomenuti prihodi **247.212,46 ind 99,50**

Ova stavka prihoda sadrži prihod provođenja projekta E- nautika, iznos 105.555,53 KN.

Najveća stavka ovih prihoda su prihodi po osnovi projekta E-nautika. To su uplaćena sredstva za plaće djelatnika u Lučkoj kapetaniji od strane Hrvatske turističke zajednice.

Ostali prihodi su prihod od zakupa city lighta, ulaganje Grada u novi ured, prodaje imovine

(auto).

Ukupno ostvareni prihodi za razdoblje 2016.godine: 7.914.459,23 KN sa ind 97,23

RASHODI

TZG MALOG LOŠINJA				
RASHODI	Plan 2016.	Rebalans 2016.	Ostvarenje 2016.	IND Ostv./reb.
1. Administrativni rashodi	1.971.500,00	1.915.559,09	1.962.528,47	102,45
2. Dizajn vrijednosti	1.132.250,00	1.302.005,81	1.289.766,13	99,06
3. Komunikacija vrijednosti	2.855.700,00	2.215.112,01	2.089.470,78	94,33
4. Distribucija i prodaja vrijednosti	623.600,00	474.739,16	406.093,75	85,54
5. Interni marketing	205.500,00	92.955,41	100.996,18	108,65
6. Marketinška infrastruktura	205.000,00	213.198,53	213.205,26	100
7. Posebni programi	20.000,00	0,00	0,00	
8. Transfer Gradu 30 % BP	1.920.000,00	1.890.000,00	1.852.169,52	98,00
UKUPNI RASHODI	8.933.550,00	8.103.570,01	7.914.230,09	97,66

RASHODI

Ukupno rashodi za 2016. iznose 7.914.230,09 KN. ind 97,66

Razlika prihoda i rashoda u 2016. godini: 229,14 KN

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1.1. Rashodi za radnike

U ovu grupu rashoda ulaze rashodi za zaposlene, rashodi TIC-a Mali Lošinj i troškovi djelatnika Lučke ispostave Mali Lošinj za provođenje projekta E-nautika.

Ove godine je bilo zaposleno 4 djelatnika u ispostavi Lučke kapetanije Mali Lošinj u vremenu od 15.04. do 01.10.2016.

Kako bi svojim posjetiteljima pružili potpune i točne informacije, u Župnoj crkvi Sv. Antuna Opata u Velom Lošinju zaposlene su dvije učenice- informatorice u razdoblju srpanj-kolovoz. Također, u Gradskoj vijećnici te crkvi Sv. Marije Magdalene u Nerezinama zaposlene su još dvije djelatnice za pružanje informacija.

Na otoku Susku i ove godine je u funkciji bio Turistički ured Susak koji je uz rad u sustavu eVisitor, posjetiteljima pružao i dodatne informacije sve do mjeseca rujna.

Uključeni su i troškovi rada djelatnice Andrijane Mačić u turističko informativnom punktu Susak koji je djelovao od 20.06. do 10.09.2016.

Članovi Turističkog vijeća TZG Malog Lošinja su na 19. sjednici Turističkog vijeća održanoj 20.09.2016. usvojili prijedlog izmjena i dopuna Pravilnika o radu Turističkog ureda TZG Malog Lošinja kao i prijedlog zapošljavanja djelatnika na radnom mjestu stručni suradnik -projekt manager – Katarina Golubović i stručni suradnik -PR manager -Anja Tomović.

1.2. Rashodi ureda

U ovoj stavci rashoda uključeni su materijalni rashodi, rashodi za usluge, rashodi amortizacije, financijski i ostali rashodi, arhivara, troškovi održavanja informatičke opreme i nabava nove opreme za potrebe Turističkog ureda TZG Malog Lošinja.

Nastavljen je ugovor za podršku vezano za novi financijski softver za knjigovodstvo.

Sukladno početku primjene novog informacijskog sustava eVisitor, nabavljena su dva PC za potrebe svih obveznika prijave (uglavnom vlasnika kuća za odmor i iznajmljivača građana).

1.3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

Uključeni troškovi naknade za članove Turističkog vijeća i Nadzornog odbora TZG Malog Lošinja.

Ukupno 1. Administrativni rashodi

1.962.528,47 kn

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

2.1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada (osim izgradnje komunalne infrastrukture)

2.1.1. Projekt „ Volim Hrvatsku „

S mjesnim odborima su dogovorene akcije čišćenja kao i druge aktivnosti u turističkim mjestima.

I ove godine je na Susku održana eko-akcija u suradnji s planinarskim društvom Zagreb Matica i čišćene su plaže i šetnice na otoku u vremenu od 02. do 06.lipnja 2016.

09.05.2016.godine održane su akcije čišćenja pod nazivom „Zelena i Plava čistka“.

Grad Mali Lošinj i Turistička zajednica Grada pružili su logistiku, dok je komunalno društvo snabdijevalo sve volontere s potrebnom opremom, odnosno s vrećama i rukavicama.

Sudjelovale su udruge, djelatnici javnih ustanova, učenici srednje i osnovne škole, Dječji vrtić Cvrčak, komunalno redarstvo, HGK, Komunalne usluge Cres Lošinj.

Sveukupno, akcija se provodila na 10 -ak lokacija, ukupno je sudjelovalo cca 100 - tinjak volontera, komunalno redarstvo je provodilo nadzor nad svim lokacijama tokom cijele akcije, kao i logistiku u suradnji sa Turističkom zajednicom Grada Lošinja. Komunalno poduzeće Komunalne usluge Cres Lošinj snabdijevalo je sve volontere potrebnom opremom, odnosno vrećama i rukavicama, te je po završetku akcije deponiran sav prikupljeni otpad. U akciji je sveukupno prikupljeno 30 m³ otpada, u taj otpad ulazi 6 prikupljenih kontejnera koji su bili postavljeni po lokacijama predviđenim za čišćenje. Radi se o miješanom, glomaznom i bio otpadu.



Zelena i Plava čistka

Vezano za pristigle prijedloge u Turističkom uredu, uvažavamo svaku primjedbu, prijedlog gosta, građana i koordiniramo nadležne službe za otklanjanje uočenih nepravilnosti, onečišćenja i sl.

Održavane su web kamere u Malom Lošinj, Velom Lošinj i Nerezinama i sklopljen ugovor za nabavu novih kamera u Malom Lošinj, Velom Lošinj i Nerezinama s tvrkom Live Cam Croatia.

Mali Lošinj

[Lošinj – otok vitalnosti](#) > [O arhipelagu](#) > Web kamera

 Web kamera

Mali Lošinj – centar



Druge Live web kamere



[Mali Lošinj – trg](#)



[Mali Lošinj – panoramski pogled s Muzeja Apoksiomena](#)



[Veli Lošinj](#)



[Nerezine](#)



[Kamp Čikat](#)

U okviru akcije „ Lošinjski cvijet“ održan je Cvjetni sajam 12.04.2016. na Trgu Republike Hrvatske u Malom Lošinj. Organizirana je prigodna prodaja cvjetnica i ukrasnog bilja u suradnji sa nekoliko cvjećarnica i rasadnika u Malom Lošinj.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja je ove godine dijelila sadnice limuna iznajmljivačima a Grad Mali Lošinj je građanima poklanjao sadnice cvijeća.



Ukupno 2.1. 30.831,97 KN

2.2. MANIFESTACIJE

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja organizirala je manifestacije u Malom Lošinju te u svim drugim mjestima i manjim otocima. Neke manifestacije smo samostalno organizirali, dok smo negdje bili suorganizatori.

Davali smo razne potpore i pomoći, sufinanciranja i pokroviteljstva, brojnim udrugama, klubovima, pravnim subjektima i osobama kod organiziranja manifestacija.

Program manifestacija u 2016. objedinjen je s Gradom Malim Lošinjem. U obilasku mjesnih odbora, Grada i TZG Malog Lošinja, usuglašene su sve manifestacije po turističkim mjestima.

Grad i TZG Malog Lošinja participirali su u troškovima nabave nove bine koja je u vlasništvu Lošinj usluge d.o.o. koji vrši montažu i vodi računa o održavanju bine.

SIJEČANJ - VELJAČA

KARNEVAL NA LOŠINJU

16.01. – 09.02.2016.

Već tradicionalno predajom ključeva Grada započinje maškarano ludilo, koje je ove godine trajalo do utorka 09.02., kada je po gradu organizirana karnevalska povorka, a okupljenom mnoštvu pročitan Testament, koji je na dijalektu i u kojem se govori o svim važnijim događajima koji su se desili tijekom godine, prokomentirani na šaljivi način iz perspektive malog čovjeka. Na kraju se lutak koji simbolizira Pusta kažnjava i spaljuje na lomači, za sve grijehe i nestašluke koji su počinjeni u godini, a s njim nestaju u pepelu.

I NE ZABORAVITE... U DOBA KARNEVALA DOZVOLJENA JE SVAKA ŠALA!

PROGRAM:

16.01. MAŠKARANE ZABAVE - PREDAJA KLJUČEVA GRADA

Mali Lošinj – Guest house Helios, početak u 21,00 sat

23.01. IZBOR KRALJICE KARNEVALA

Mali Lošinj – Guest house Helios, početak u 21,00 sat

30.01. MAREMONADA – MAŠKARANA MORSKA UTRKA

Mali Lošinj - korjen malološinjske luke, početak u 10,00 sati

30.01. MAŠKARANI TANCI

Mali Lošinj – Guest house Helios, početak u 21,00 sat

06.02. MAŠKARANI TANCI

Mali Lošinj – Guest house Helios, početak u 21,00 sat

07.02. DJEČJE MAŠKARE

Mali Lošinj – Guest house Helios, početak u 15,30 sati

09.02. PUSNI UTORAK

DJEČJA KARNEVALSKA POVORKA

Mali Lošinj – Trg RH i Riva lošinjskih kapetana, početak u 10,00 sati

VELIKA MAŠKARANA POVORKA – ČITANJE TESTAMENTA I PALJENJE PUSTA

Mali Lošinj – Ulica Braće Vidulić - Trg RH - Riva lošinjskih kapetana, početak u 15,00 sati

MAŠKARANI BAL

Mali Lošinj – Guest house Helios, početak u 21,00 sat



OŽUJAK**15.03. Inovativni privatni – 4. Forum lošinjskih iznajmljivača**

Veli Lošinj – Vitality Hotel Punta

Na Forumu je sudjelovalo oko 250 iznajmljivača, uz izlagački prostor s posebnim ponudama za iznajmljivače, održane su prezentacije branda obiteljskog smještaja Kvarner Family – TZ PGŽ, Izvrsnost privatnog smještaja – Turističke zajednice Malog Lošinja i Interligo d.o.o., Selektiranje otpada – Komunalne usluge Cres Lošinj, uz prezentaciju aktualnih projekata Grada Malog Lošinja. Djelatnici Turističkog ureda na info punktu vršili su usluge eVisitor savjetovanja.

**19.03. 6. Adrijanova miomirisna kuhinja**

Mali Lošinj – Deveron pub

Kreativni lošinjski kuhar i autor knjige Apoksiomenova gastronomska priča Adrijano Nikolić, u suradnji s Turističkom zajednicom Grada Malog Lošinja organizirao je radionicu miomirisne kuhinje posvećenu mediteranskom bilju i njegovoj primjeni u antičkoj Grčkoj.

**TRAVANJ****12.04. Lošinjski cvijet**

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 10,00 sati To je tradicionalna manifestacija gdje izlažu brojne cvjećarne, rasadnici i glavni trg se pretvara u veliki cvjetni trg. Grad Mali Lošinj podijelio je građanima sadnice cvijeća, a Turistička zajednica Grada Malog Lošinja svake godine poklanja privatnim iznajmljivačima sadnice bilja, ove godine podijelila je **sadnice limuna**.

13. – 16.04. 4 Islands MTB Stage race

16.04. Mali Lošinj – Trg RH, start

Drugo izdanje jedinstvene etapne brdsko biciklističke utrke “Adria Bike 4 Islands MTB Stage Race”- otok Krk, otok Rab, otok Cres i otok Lošinj održano je od 13.4. do 16.4.2016. Na utrci je sudjelovalo 420 biciklista iz 25 zemalja: Njemačka, Austrija, Češka, Slovačka, Mađarska, Poljska, Južnoafrička Republika, Novi Zeland, Francuska, Srbija, Rumunjska, Slovačka, Rusija, Belgija, UK, USA, Kanada, Mexico, Italija, Nizozemska, Danska, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Slovenija, Švicarska. Tijekom četiri dana biciklisti su prošli preko 270 km zahtjevnih i raznolikih staza te upoznali ljepote ova četiri kvarnerska otoka.

**16.-17.04. Downhill**

Veli Lošinj

Natjecanje je okupilo 180 biciklista, iz 9 država (Njemačka, Engleska, Francuska, Slovenija, Italija, Austrija, Poljska, Slovačka, Hrvatska). Utrku je pratilo oko tisuću gledatelja, raspoređenih duž staze. Ovaj događaj bio je i medijski popraćen od strane specijalističkih novina, televizije, te specijaliziranih biciklističkih internet portala, radio postaja (HRT – radio Rijeka, i 1. program HRT).

**27.04.-31.05. 10. Fešta lošinjske kuhinje**

Tijekom 10. Fešte lošinjske kuhinje, 27. 4. – 31.5.2016, 16 ugostiteljskih objekata ponudilo je domaće specijalitete po temi Apoksiomenova antička kuhinja us čašom vina po popularnoj cijeni menija po osobi od 115,00 kn. Otvorenje 10. Fešte lošinjske kuhinje održalo se 27.04. na Apoksiomenov rođendan na Trgu Republike Hrvatske s predstavljanjem svih ugostitelja i vinara.



29.04. – 01.05. Moto susret

Mali Lošinj – Poljana camping village resort

30.04. Otvorenje Muzeja Apoksiomena
Mali Lošinj – Riva lošinjskih kapetana

Predsjednica RH Kolinda Grabar Kitarović otvorila je Muzej Apoksiomena. Uz vodeno iznenađenje (*Water screen show*- koji prikazuje izranjanje Apoksiomena), prigodnim glazbeno plesnim programom Puhački orkestar Josip Kašman, Lošinjske mažoretkinje, lokalni ansambl Antiphonus, Zagrebački gitaristički kvartet i Toni Cetinski obilježili su svečano otvorenje, nakon kojeg su svi prisutni potpuni gastro destinacijski



užitak mogli osjetiti na antičkom banketu restorana Bocca Vera, kušajući domaće specijalitete pripremljene uz pomoć kreativnog lošinjskog kuhara Adrijana Nikolića, na bazi namirnica i načina pripreme kao u doba antike. Također, u znak svečanost gradonačelnik Grada Malog Lošinja mačem je razlomio poznati lošinjski krokant kojeg Lošinjani tradicionalno u sklopu svečanosti lome već 150 godina.

30.04. 6. Lošinjski polumaraton

Veli Lošinj – Mali Lošinj – Veli Lošinj

Lošinjski polumaraton okupio je oko 200 trkača iz 9 država (Italija, Slovenija, Mađarska, Njemačka, Češka, Rusija, Austrija, Kenija i Hrvatska).

Od ove godine rezultati se vode kao službeni jer je staza Lošinjskog polumaratona verificirana od strane zbora atletskih sudaca HAS-a i AIMS-, međunarodne atletske organizacije. Isto tako polumaraton je uvršten među 200 priznatih polumaratona u svijetu, te u Međunarodni kalendar cestovnih utrka te se također boduju rezultati na međunarodnom nivou.

**SVIBANJ****01.05. Nerezinski Muaj**

Nerezine – trg Studenac, početak u 10,30 sati

12.05. – 01.06. 4. Festival aromaterapije „Apsyrtides“
Cres – Lošinj

Otvorenje 4. Festivala aromaterapije Apsyrtides održalo se 12.05. u Miomirisnom otočnom vrtu uz sudjelovanje 20 objekta (OPG, obrazovnih ustanova, hotela, wellness studija i dr...) s područja otoka Cresa i Lošinja s 24 različitih događanja i ponudama tijekom trajanja Festivala.



20.05. – 03.06. Izložba na otvorenom Prijatelji mora: Tisuću devetsto i neke“

Mali Lošinj – Riva lošinjskih kapetana

28.05. Međunarodni festival Mjeha Nerezine – Trg Studenac

Više od 20-tak izvođača iz Hrvatske, Češke, Slovačke, Italije. Nakon koncerta prikazan je dokumentarni film „Zvuci otoka“ o otočnim sviračima meha. Festival organiziran u suradnji s TZG Cresa, te je idući dan održana na otoku Cresu u mjestu Orlec.



LIPANJ

01.06. Sv. Gaudencije
Osor

02. – 05.06. Jedriličarska regata: 1. Memorijal Agostino Straulino
Mali Lošinj – Pesaro

Drugu godinu za redom na relaciji Pesaro - Mali Lošinj, održana je regata krstaša 2. Memorijal "Agostino Straulino", u organizaciji Jedriličarskog kluba Jugo te Cluba Nautico Pesaro. Od ukupno 28 krstaša, titulu prvoplasiranog osvojio je Percetti Gabriele na brodu Orzelli. Nakon starta regate 2. lipnja u 9 sati u Pesaru, Percetti je uplovio u malološinjsku luku u 20:45 sati, pri tom odjedrivši 95 NM (nautičkih milja).

Među prva tri prvoplasirana natjecatelja, odmah nakon Percettija, svoje su mjesto zauzeli Bartolucci Paolo (brod My Twins) i Moromi Anteo (brod Polimar).

U sklopu jedriličarske manifestacije Grad Mali Lošinj i Turistička zajednica Grada Malog Lošinja, u suradnji s JK Jugo organizirali su tematsko vođenje za sudionike regate, na kojem su ih upoznali s bogatom tradicijom pomorstva i jedrenja na otoku Lošinju. U sklopu obilaska, posjetili su rodnu kuću Agostina Straulina, njegovo posljednje počivalište na groblju Sv. Martin, a također su posjetili i staru pomorsku školu koju je olimpijac pohađao. Ispred spomen ploče koja se nalazi na staroj pomorskoj školi u Malom Lošinju, održan je kratki susret uz prigodno obraćanje sudionicima i svima zainteresiranima, a vezan uz život i uspjehe Agostina Straulina, najvećeg jedriličara u talijanskoj olimpijskoj povijesti.

Sudionici su razgledali i novootvoreni Muzej Apoksiomena gdje ih je pozdravila zamjenica gradonačelnika Grada Malog Lošinja Ana Kučić, uručivši im prigodne poklone.



04.06. 10. Međunarodni festival puhačkih orkestara

Mali Lošinj – Trg RH
Koncert 11 puhačkih orkestara s više od 500 izvođača.

16.06. Svjetski dan morskih kornjača
Mali Lošinj – Oporavilište za kornjače

21.06. Dan glazbe

Koncert: Matija Dedić
Mali Lošinj – Ljetna terasa kina Vladimira Nazora, početak u 21,00 sat

23.-24.06. Sv. Ivan – Punta Križa
Punta Križa



23. – 26.06. 12. Međunarodni vaterpolski turnir U-16 „Dobri dupin“
Mali Lošinj – uvala Čikat

Sudjelovanje 11 ekipa s više od 250 mladih vaterpolista iz 6 zemalja (Italija, Slovenija, Slovačka, Austrija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska).



23.06. – 20.08. Etno izložba: „Delo naših ruk“
Punta Križa

28. – 29.06. Sveti Petar i Pavao (Ilovik)
Otok Ilovik

28.06. Summer basket tour 2016
Mali Lošinj – Trg RH

SRPANJ

01.07. 24. Dan dupina Veli Lošinj

24. Dan dupina održana u organizaciji Udruge Plavi svijet iz Velog Lošinja, uz brojne radionice za djecu, plivačka natjecanja, foto natječaj „Osluškuj more“ i premijeru edukativnog filma o dupinima.

01.07. – 13.08. „Na terasi u suton“
Villa Elizabeth (Lječilište Veli Lošinj)
Sufinanciranje kulturnih programa tijekom ljeta u organizaciji Udruge Lošinj event.

01.07. – 17.09. Izložba: „Ribarstvo u Nerezinama“, autora Iva Rušina
Nerezine – gradska vijećnica
Izložba u Nerezinskoj vijećnici tijekom ljetnih mjeseci u suradnji s MO Nerezine, ŠD Škarpina i Udrugom Sv.Frane. TZG Malog Lošinja sufinancira dežurstvo djelatnika na izložbi.



02.07. A cappella večer

Osor

Nastup klape Čikat i klape Teha na pjacalu pored Osorske katedrale. Organizator Udruga Sv. Gaudencije u suradnji s TZG Malog Lošinja.

02. – 03.07. Picigin tour 2016

Susak – plaža Spjaža

Promocija picigina po Hrvatskoj, izabrana plaža Spjaža kao jedna od najatraktivnijih, vidjeti za mogućnost organiziranja turnira u piciginu za 2017. godinu.

07.07. Sv. Grgur

Puhački orkestar Josip Kašman

Veli Lošinj – luka, početak u 20,00 sati

14. 07. XI. Dani Josipa Kašmana - Koncert popularnih arija

15.07. XI. Dani Josipa Kašmana - Opereta „Grofica Marica“ E. Kalman

Mali Lošinj – Ljetna terasa kina Vladimira Nazora, početak u 21,30 sati

14.07. Koncert puhačkog orkestra Josip Kašman

Nerezine – Trg Studenac, početak u 21,00 sat

16.07. Klape na pjacalu

Izvođači: Klapa Cambi (Split), klapa Čikat, klapa Burin, ž.klapa teha i ž.klapa Augusta.

Mali Lošinj – pjacal ispred župne crkve, početak u 21,30 sati

U suradnji s Župnim uredom i Gradom Malim Lošinjem organizirana tradicionalna klapska večer „Klape na pjacalu“ s velikim odazivom publike, njih oko 1.000.



17.07. – 21.08. 41. Osorske glazbene večeri

Osor – Osorska (ex) katedrala, početak u 21,00 sat

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja sufinancira festival Osorske glazbene večeri.

Program festivala dolazi dosta kasno, 10-tak dana prije početka. Uz sufinanciranja TZG Malog Lošinja ustupila je gratis oglasni prostor OGV-u u sklopu City lighta Osor i Mali Lošinj.

17.07. Kazališna predstava JAK-a „Lošinjske stilske vježbe“

Otok Ilovik – početak u 21,00 sat

Sufinanciranje TZG Malog Lošinja za nastupe JAK-a po otocima, Iloviku, Unijama i Susku.

21.07. – 17.09. Izložba: „Mozaici“, autora Rade Karlavarisa

Nerezine – Crkva Sv. Marije Magdalena, otvoreno svakodnevno 19,00 – 22,00 sata

TZG Malog Lošinja sufinancira dežurstvo djelatnika na izložbi.

22.07. Sveta Marija Magdalena

Nastup: Folklorno društvo Studenac i grupa Macaklni

Nerezine – trg Studenac

23.07. Dan Iseljenika na otoku Iloviku

Nastup: Đani Maršan, grupa Tik-tak, folklorno društvo Manfrina i predstavljanje knjige o otoku Iloviku

Otok Ilovik – pjacal ispred Župne crkve, početak u 21,00 sat

U suradnji s Gradom Malim Lošinjem i Mjesnim odborom Ilovik nakon više od trideset godina održana proslava Dana Iseljenika, koja bi trebala postati tradicionalna, tako da bi u 2017 godini imali proslave Dane iseljenika na sva tri otoka: Ilovik, Susak i Unije.



24.07. Koleda na Sv. Ani

Nastup: Duo Branko&Davor

Veli Lošinj – brdo Sv. Ana, početak u 22,00 sata

25.07. Pučka fešta Sv.Jakov

Nastup: FD Manfrina i grupa Macaklini

Sveti Jakov – početak u 21,30sati

27.07. Teatar Gavran – kazališna predstava „Zaboravi Hollywood“

Mali Lošinj – Ljetna terasa kina Vladimira Nazora, početak u 21,00 sat



29. – 31.07. Jazz festival Lošinj

29.07.

Saskia Laroo super band, Bruno Mičetić trio

30.07.

Rolin Humes, Charlie Jurković funk trio

31.07.

Stefano Bedetti Organ Group, Jan Pele Dalmotion

Mali Lošinj – Ljetna terasa kina Vladimira Nazora, početak u 21,30 sati



30.07. Veloselske ljetne užance

Veli Lošinj – luka.

Sufinanciranje u suradnji s mjesnim odborom Veli Lošinj.

31.07. 31. Dan Iseljenika – Susak

Otok Susak

U suradnji s mjesnim odborom Susak i Maticom iseljenika organizirana proslava 31. Dana Iseljenika dječju i sportsku animaciju, nastupa folklornog društva Susak iz New Yorka, puhačkog orkestra Josip Kašman i grupe Pumpa. Za sve zainteresirane organiziran gratis prijevoz brodom iz Malog Lošinja.



KOLOVOZ

04.08. – 07.08. Nerezinske ljetne igre

Nerezine

Organizirane u suradnji s SD Škarpina i mjesnim odborom Nerezine. Organizirane su sportsko-zabavne igre na više lokacija u Nerezinama, sa završnim natjecanjima u malom nogometu i potezanju konopa. U zabavnom dijelu nastupilo je folklorno društvo Studenac i grupa Macaklini.



05.08. Dan pobjede i domovinske zahvalnosti, Dan hrvatskih branitelja

Koncert: Baruni

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 21,30 sati

06.- 07.08. 34. Lošinjska regata - Regata lošinjskih olimpijaca

Otok Lošinj

Regata održana u organizaciji JK Jugo, okupila oko 30-tak jedriličara.

06.08. Proslava Dana Iseljenika na Unijama

Likovna radionica za djecu, glazbeno-revijalni program, kros za djecu, turnir u malom nogometu za djecu i odrasle, pučka fešta na rivi uz nastup puhačkog orkestra Josip Kašman, harmonikaša Zemira Bajrića i gastronomska ponuda. Organiziran besplatan prijevoz za sve zainteresirana brodom iz Malog Lošinja.

Otok Unije



12. – 14.08. Latino festival

12.08. Caiman verde

13.08. Cubismo

14.08. Positivo - Tribute to Santana

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 21,30 sati

13.08. Klape u Ćunskom

Ćunski – pjacal ispred crkve sv.Nikole, početak u 21,30 sati

14.08. Nautički koncert

Otočić Koludarac – uvala Engleza, početak u 16,00 sati

15.08. Vela Gospa

Nastup: FD Studenac i grupa Macaklini

Nerezine – trg Studenac, početak u 21,00 sat

16.08. Elvis Presley night

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 21,30 sati

16.08. Rokova – pučka fešta

Boćarski turnir in memorijam Josip Cesarić, izložba i koncert grupe Pešekani -Belej

20.08. Klape na pjacalu

Veli Lošinj – pjacal ispred Župne crkve u Velom Lošinju, početak u 21,00 sat

Klupska manifestacija održana u organizaciji TZG Malog Lošinja, Mjesnog odbora Veli Lošinj i Župnog ureda. Nastupili su klapa Čikat, klapa Burin i klapa Augusta. Koncert jako dobro posjećen.



22. – 23.08. 6. Festival lošinjskih balkona

Mali Lošinj – luka, početak u 20,00 sati Na festivalu je ove godine nastupilo osam izvođača, uz lošinjske glazbenike nastupio je Kvartet Mediterana na terasi Muzeja Apoksiomena i Joso Butorac na balkonu hotela Apoksiomen. Kao i prošle godine dio nastupa je održan i u prijepodnevnim satima. Svi izvođači napravili su odličnu atmosferu, gosti su bili oduševljeni s nastupima na balkonima, zaustavljali se, pljeskali, fotografirali.



25.08. Koncert puhačkog orkestra Josip Kašman

Nerezine – Trg Studenac, početak u 20,00 sati

27.08. Veloselska noć -Veli Lošinj – luka,

početak u 21,00 sat

Veli Lošinj – luka, početak u 21,00 sat

RUJAN

03.09. Regata pasara na vesla

Mali Lošinj – luka, početak u 10,30 sati

Regata pasara na vesla održana je za dvije kategorije pasare do 4,3 m i pasare preko 4,3 metra. Na regatu se prijavilo 20-tak barki, a nakon dvije regate dvije prvoplasirane barke ušle su u veliko finale. Događanje je okupilo veliki broj gledatelja u malološinjskoj luci.



09. - 10.09. 2. Nerezinski jazz film festival

Nerezine – hotel Televrin, početak u 21:00 sat

09. - 11.09. Dani Daruvara na Lošinju – 2.000.000 noćenje

Trg Republike Hrvatske, Mali Lošinj, vrijeme održavanja: od 10:00 do 23:00 sata

Tradicionalno spajanje zelene i plave Hrvatske, nastupilo 16 izlagača koji su se predstavili građanima i gostima otoka Lošinja sa svojim proizvodima. U glazbeom dijelu nastupio je Swing Quartet.

10.09. Turistička zajednica Grada Malog Lošinja prigodnim poklonima za goste obilježila je 2.000.000 noćenje.



09.09. Festival antičke filmske večeri: projekcija filma „Avanture Odiseja

Mali Lošinj – Palača Fritzy, početak u 20 sati

17.09. 40. Nerezinska regata tradicijskih barki na jedra

Nerezine

Regata održana u organizaciji SD Škarpina, okupila 20-tak tradicijskih barki na jedra. U sklopu regata održana izložba barki na jedra na trgu Studenac, u zabavnom dijelu nastupilo je folklorno društvo Studenac i klapa Čikat.



24. - 25.09. Cres & Lošinj Trail Weekend

Start: Trg Republike Hrvatske, Mali Lošinj, početak u 10:00 sati

Po prvi puta utrka je održana na dva otoka Cresu i Lošinju i okupila je 532 natjecatelja iz više zemalja, što je uz njihovu pratnju okupilo više od 1.300 ljudi na otoku. Ovakvi podaci navode nas na razmišljanje o kvalitetnom osmišljavanju programa koji će privući goste i izvan glavne turističke sezone kako bi kvalitetno iskoristili resurse koje nam otoci nude.



Napravljena je jako dobro podloga, kvalitetnim upravljanjem događanjem ovo bi mogao postati jedan od većih sportskih događaja na otoku, po broju posjetitelja, zemalja i promociji dvaju otoka.

25.09. Plivački maraton "Apoxymenos Challenge"

Uvala Čikat, Mali Lošinj, početak u 11:00 sati
 Plivački maraton organiziran je u suradnji Kluba daljinskog plivanja „Primorje“ i Nuoto club iz Trsta, okupilo je 40-tak plivača iz Italije, Slovenije i Hrvatske, što je s obzirom na kasnu organizaciju i prvo održavanje dobra brojka. Na natjecanju su napravljene odlične fotografije i snimanje dronom što će se koristiti kod promidžbe za iduće natjecanje koje će biti održano tjedan dana ranije (17.09.). Očekuje se porast broja natjecatelja na više od 100, s godinama bi se brojka sudionika povećavala, samo natjecanje ima potencijal da privuče više tisuće natjecatelja u periodu od 4-5 godina.

**LISTOPAD****01.10. Arbunada**

Mali Lošinj

13.10. Dani kruha i plodova zemlje

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 10,00 sati

16.10. Svjetski dan pješačenja

Otok Lošinj

STUDENI**03. – 06.11. 19. Kup Lošinja - regata optimista**

Mali Lošinj – uvala Čikat

11.11. Sveti Martin – Dan Grada Malog Lošinja

Mali Lošinj

30.11. Pučka fešta: „Jedrijejna“

Punta Križa

PROSINAC

08. – 10.12. NOVOGODIŠNJI KUP U PODVODNOM RIBOLOVU

08.12. Poribljavanje

Mali Lošinj - Trg RH, početak u 11,00 sati

08.12. Verifikacija i otvorenje 39. "Zimski Kup nacija"

Mali Lošinj - Hotel Aurora (kongresna dvorana), početak u 19,00 sati

09.12. Natjecanje 39. "Zimski Kup nacija"

Mali Lošinj – Sportska dvorana na Bočacu, početak u 17,00 sati

10.12. Natjecanje 55. "Novogodišnji Kup gradova", zatvaranje natjecanja

Mali Lošinj – Sportska dvorana na Bočacu, početak u 17,00 sati



12.12. Otvaranje Adventa u Malom Lošinju

kićenje borova djece i mladih s gradonačelnicom, otkrivanje Čarobne šume,

Podjela brudeta u organizaciji udruge „Be more“ i prikupljanje dobrovoljnih novčanih priloga za pomoć oboljelima od raka

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 10,00 sati

Animacija za djecu, Trg RH, početak u 16,00 sati

13.12. Koncert Pjevačkog zbora Vittorio Craglietto Zajednice Talijana Mali Lošinj

Mali Lošinj – Kino Vladimira Nazora, početak u 17,00 sati



13.12. – 09.01.2017. Izložba fotografija „Fiat lux“

Mali Lošinj – Lošinjski muzej Palača Fritzi, početak u 19,00 sati

14. – 22.12. Advent na Lošinju

svakodnevna događanja za djecu i mlade od 18,00 – 20,00 sati

Mali Lošinj – Trg RH, kuća Djeda Božićnjaka

17.12. Nastup lošinjskih mažoretkinja

Podjela gulaša u organizaciji Jadranka d.d.

Animacija za djecu

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 10,00 sati



17.12. Koncert Kvartet Veljak

Mali Lošinj – Palača Fritzi, početak u 19,00 sati

18.12. Koncert: Vedran Ružić jazz kvartet uz slikanje na pozornici

Mali Lošinj – trg RH, početak u 18,00 sati

19.12. Podjela darova djeci uz dječje predstave, Oz Teatar – Vrtuljak predstave

Društvo Naša djeca i Grad Mali Lošinj

Mali Lošinj – Kino Vladimira Nazora, vrijeme 10,00 – 12,00 sati

19.12. Potapanje bora u malološinjskoj luci

Dolazak na trg Djeda Božičnjaka, podjela slatkiša najmlađima

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 17,30 sati

19.12. Božićno – novogodišnji koncert Puhačkog orkestra „Josip Kašman“, uz svečani prijem Gradonačelnice

Mali Lošinj – kino Vladimira Nazora, početak u 20,00 sati

20.12. Božićno – novogodišnji koncert Puhačkog orkestra „Josip Kašman“

Mali Lošinj – kino Vladimira Nazora, početak u 20,00 sati

21.12. – 23.12. Humanitarni Božićni malonogometni turnir Mali Lošinj – Sportska dvorana na Bočacu, početak u 16,00 sati

21.12. Božićno – novogodišnji koncert Puhačkog orkestra „Josip Kašman“

Mali Lošinj – kino Vladimira Nazora, početak u 20,00 sati



23. 12. Zaplešimo Zumbu

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 18,00

24.12. Čarobno Božićno jutro

- Animacija za djecu

- Brudet podvodnih ribolovaca

Mali Lošinj – trg RH početak u 10,00 sati

24. / 25.12. Koncert : Macaklini band

Mali Lošinj – Trg RH, nakon mise polnoćke

26.12. Božićna akademija

Mali Lošinj – Župna crkva, početak u 16,00 sati

26.12. DJ PARTY

Nastup: DJ Charly

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 17,00 sati



27.12. Animacija za djecu,

Mali Lošinj – Trg RH, kuća Djeda Božićnjaka, početak u 10,00 sati

27.12. Studenska večer

Nastup: Band Macaklini i DJ Hammdy

Mali Lošinj – Trg RH , početak u 18,00 sati

28.12. Animacija za djecu,

Mali Lošinj – Trg RH, kuća Djeda Božičnjaka, početak u 10,00 sati

28.12. DJ PARTY

Nastup: DJ Hugo & DJ M Sea Jay

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 17,00 sati

29.12. Animacija za djecu,

Mali Lošinj – Trg RH, kuća Djeda Božičnjaka, početak u 10,00 sati

29.12. DJ PARTY

Nastup: DJ Hugo & DJ M Sea Jay

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 17,00 sati

30.12. Animacija za djecu,

Mali Lošinj – Trg RH, kuća Djeda Božičnjaka, početak u 10,00 sati

30.12. Novogodišnje kupanje na otoku vitalnosti

Mali Lošinj – Sunčana uvala plaža Veli žal, početak u 12,00 sati

30.12. DJ PARTY

Nastup: DJ Fredi

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 17,00 sati



31.12. Jutarnji đir

Harmonijada, gastro – lovački gulaš s njokima, zdravica Gradonačelnice i podjela poklona

Mali Lošinj – trg RH, početak u 10,00 sati



31.12. DOČEK NOVE GODINE UZ GRUPU APSYRTIDES

Nastup: grupa Apsyrtides

Mali Lošinj – Trg RH, početak u 22,30 sati

Ukupno manifestacije ; 1.031.887,86 KN

2.3. Novi proizvodi

Projekt 'Apoksiomen na otoku vitalnosti'

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja organizirala je brojna događanja, edukacije i radionice po temi antike, a prepoznata je i potreba za kreiranjem marketing plana koji bi sadržajno i smisleno oblikovao značajke projekta Apoksiomen te strateški definirao ciljeve promotivnih i prodajnih aktivnosti.

Autorica Jadranka Gojtanić izradila je **marketing plan projekta Apoksiomen** istaknuvši važnost suradnje svih dionika u destinaciji. Destinacija Lošinj je još uvijek u tranziciji, ali ima mogućnosti da se razvije i produži sezonu poslovanja i turističkih kretanja. Cilj ovog plana je da muzej godišnje posjeti 100 tisuća posjetitelja. Treba pratiti konkurenciju u svijetu, iako se lošinjski Apoksiomen može usporediti sa svojom svjetskom braćom, on još nije svjetski prepoznat, jer ipak sve te statue dio su određenih, već definiranih priča, kao i dio velikih prepoznatih gradova.

Poanta dioničke strukture Lošinja u odnosu na Muzej Apoksiomena je da se javni i privatni sektor organizacijski i financijske dogovore u vezi resursa te da preuzmu odgovornost. Interes javnog sektora je da Apoksiomen bude prepoznat u svijetu, baš kao i Lošinj, međutim bez suradnje s privatnim sektorom, to se ne može postići, smatra autorica marketing plana.

Kvalitetnom destinacijskom marketing strategijom cilj je izgraditi imidž Apoksiomena te stvoriti dodanu vrijednost boravka, stoga je potrebno kreirati brendirane doživljaje u destinaciji, dosegnuti i povećati očekivanja posjetitelja, aktivirati lokalne subjekte, povećati snagu i ugled jakim viralnim marketingom te dobrom komunikacijskom platformom postavljanjem digitalnih datoteka koje se mogu preuzeti. Projekt Apoksiomen nije samo pitanje muzeja, već je zadatak cijele destinacije, stoga je potrebno umrežiti resurse na razini cijele destinacije i postići sinergiju marketinških, operativnih i prodajnih efekata. Nužno je postaviti destinacijski menadžment plan s definiranim ulogama dionika privatnog i javnog sektora, a također je potrebno definirati operativni marketing plan za projekt Apoksiomena s identificiranim zadacima, rokovima i budžetima.

Spajanjem antike i današnjeg modernizma te kako bi predstavili Lošinj kao destinaciju koja i danas njeguje mnogobrojne vrijednosti njegovane i u antici, u suradnji sa znanstvenim savjetnikom na Institutu za povijest umjetnosti u Splitu, Dr. sc. Josipom Belamarićem, ravnateljicom Lošinjskog muzeja, Zrinkom Ettinger Starčić, dipl. arheolog i Irenom Dlakom, dipl. pov. umj. osmišljena je dodatna edukacija po temi antike za tematske vodiče kao pripremu za Apoksiomenov dolazak.

U sklopu projekta osmišljen je **Javni poziv za proizvode i usluge inspirirane Apoksiomenom i antikom;**

1. Mirta Lozančić – Linija kozmetičkih proizvoda Apoxyomenos
2. Nenad Starčić – Ponuda ronjenja na arheološkim lokalitetima
3. Robert Malnar – Jedrenje putovima Apoksiomena
4. Saneli obrt (Sandra Nicholich) – Linija proizvoda za njegu kože Apoxyomenos
5. Sonja Gulam - proizvodi od maslinovog drva
6. Nevenka i Igor Zlatkov - Proizvodi od drva masline
7. Samovar tea shop – Linija lošinjskih vitality čajeva
8. Pčelarstvo Dragoslavić – Proizvodi od pčelinjeg meda
9. RUTA-wool & design (Vesna Jakić) – Proizvodi od vune
10. Keramički studio Čarobnjak (Čazim Mehmeti)– Replike antičkih posuda
11. Blue Gold j.d.o.o (Martina Blažić) – Replike antičkog nakita
12. Mary's Sweets (Mary Novosel) - Apoksiomenovi uvojci kose kao inspiracija
13. Studio za njegu lica i tijela Iuvena Iuvena (Željka Ketterer) – revitalizirajući tretman "Baš kao Apoxyomenos"

14. Drita i Ursula Mužić- Apoxyomenos ArtGraf- tekstilni proizvodi i suveniri

15. Marina Kajkara – Ručnik s vezom Apoksiomena

Na inicijativu Turističke zajednice Grada Malog Lošinja osmišljene su antičke kulturne rute Lošinja, zatim antičke rute regije i antička Hrvatska, kako bi gosti na raznim punktovima arhipelaga, regije i države osjetili i doživjeli kompletnu Apoksiomenovu i antičku priču, a Lošinj bio važna točka hrvatskog kulturnog turizma.

Osmišljena je i kreirana **Apoksiomenova brošura** pod nazivom **Apoksiomen na otoku vitalnosti**, koja uvodi čitatelje u potpuni kulturni i destinacijski doživljaj, odnosno spoj prirode, zdravlja i kulture. Čak 20 stručnih osoba sudjelovalo je u kreiranju tematiziranog kataloga Apoksiomen na otoku vitalnosti kako bi svi tekstovi bili činjenično ispravni i stručni. Katalog je osmišljen na način da osim povijesnih priča sadrži i destinacijske proizvode po temi antike i Apoksiomena.

Vjerujući u iznimne kvalitete glazbe, grčki filozofi smatrali su da je ona paradigma harmonije reda koji vlada svemirom i ljudskom dušom. Vodeći se time, etnomuzikologinja dr.sc Diana Grgurić kreirala je Zvuk i glazbu u antici.

TZG Malog Lošinja ugovorila je izradu audio sadržaja u funkciji promocije Apoksiomena.(zvučno umjetnički sadržaj u trajanju od 25 min).



U Osnovnoj školi Maria Martinolića u Malom Lošinjju održan je **Apoksiomenov doručak**, s ciljem poticanja svijesti o važnosti zdrave prehrane učenika, njihovog upoznavanja s antičkim gastro delicijama i namirnicama koje se i danas koriste u mediteranskoj prehrani.

Ukupno 2.3. Novi proizvodi**227.046,30 KN**

Javni poziv za originalan lošinjski suvenir 2016. godine. S ciljem promocije, poticanja inicijative za kvalitetnim osmišljavanjem izrade autohtonih suvenira i proizvoda, afirmacije te približavanja građanima i gostima, Turistička zajednica Grada Malog Lošinja desetu godinu zaredom provela je odabir originalnih suvenira Grada Malog Lošinja.

Jedanaest proizvoda lošinjskih proizvođača nosit će certifikat Originalnih lošinjskih suvenira 2016. godine:

1. Sonja Gulam – držač za sapun u obliku ribe
2. Čazim Mehmeti – replike antičkih uljanica u Osoru
3. Ana Slaviček Brečić - 7 tekstilnih proizvoda s različitim motivima (Apoksiomen, Susak) – majice, privjesci
4. Sandra Nicolich – lošinjski miomirisni bombon
5. Petrica Podda - ovce od prave vune

**Projekt Kvarner Familij**

U sklopu projekta Turističke zajednice Kvarnera, Kvarner Familij, projekt kvalitete za privatne iznajmljivače, od siječnja do rujna, Komisija Turističke zajednice Grada Malog Lošinja, na temelju uvida u stanje, dodjelila je 10 novih oznaka i time je za sada broj privatnih izajmljivača s oznakom kvalitete Kvarner Familij porastao na 50.

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Kako bi se u skladu s trendovima unaprijedio način prezentacije, komuniciranja i dodatno promovirao privatni smještaj na području Lošinja, i ove je godine nastavljen potpuno novi koncept suradnje s privatnim iznajmljivačima u sklopu kojeg je Turistička zajednica Grada Malog Lošinja objavila **Javni poziv iznajmljivačima za prijavu programa financiranja marketinških aktivnosti iznajmljivača** za 2016. godinu. Tako se privatnim iznajmljivačima sufinanciraju aktivnosti fotografiranja interijera i eksterijera smještajnih objekata, dizajn apartmana, izrada video zapisa interijera i eksterijera, nabava softvera za vođenje obiteljskog smještaja, oglašavanje u domaćim i stranim medijima, tiskovinama i društvenim mrežama, kupnja stručne literature, izrada promidžbenih materijala i ostale aktivnosti koje pomažu promidžbi obiteljskog smještaja i to do maksimalnog iznosa od 1.000 kuna, a do najviše 50 posto troškova ukupnih ulaganja. Prilikom izrade svih digitalnih i tiskanih promidžbenih materijala, a u cilju otočke prepoznatljivosti, preporučeno usklađivanje s vizualnim identitetom Lošinja - otoka vitalnosti koristeći logo Turističke zajednice Grada Malog Lošinja.

3.1. Online komunikacije

Internet oglašavanje

Sklopljen je ugovor za izradu novih web stranica TZG MALOG LOŠINJA s tvrtkom WEB marketing iz Zagreba.

Predložit će se nova struktura weba na način da će prezentirati arhipelag s posebnim naglaskom na ponudu kulturnog turizma Apoksiomen i zdravstvenog turizma. U međuvremenu dogovoreno povremeno servisiranje, dopunjavanje postojeće web stranice TZG Malog Lošinja, uvođenjem novina u predstavljanju paketa destinacije, obogaćivanjem menija u skladu s novim vizualnim identitetom. Kontinuirano napredujemo s radom na društvenim mrežama.



ISTRAŽITE
Zaljubi se u Lošinj



DOGAĐANJA
Nemojte propustiti



Lorem ipsum dolor sit 👤

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris in sapien nisi. Mauris eu est non lacus fermentum lacinia. Suspendisse potenti.

[Više](#)

📅 22.09.2016 - 26.09.2016

📍 Lorem ipsum 4, Lošinj



Lorem ipsum dolor sit 👤

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute

[Više](#)

📅 22.09.2016 - 26.09.2016

📍 Lorem ipsum 4, Lošinj



Lorem ipsum dolor sit 👤

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris in sapien nisi. Mauris eu est non lacus fermentum lacinia. Suspendisse potenti.

[Više](#)

📅 22.09.2016 - 26.09.2016

📍 Lorem ipsum 4, Lošinj



Lorem ipsum dolor sit 👤

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute

[Više](#)

📅 22.09.2016 - 26.09.2016

📍 Lorem ipsum 4, Lošinj



Lorem ipsum dolor sit 👤

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute

[Više](#)

📅 22.09.2016 - 26.09.2016

📍 Lorem ipsum 4, Lošinj



Lorem ipsum dolor sit 👤

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris in sapien nisi. Mauris eu est non lacus fermentum lacinia. Suspendisse potenti.

[Više](#)

📅 22.09.2016 - 26.09.2016

📍 Lorem ipsum 4, Lošinj



Lorem ipsum dolor sit 👤

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute

[Više](#)

📅 22.09.2016 - 26.09.2016

📍 Lorem ipsum 4, Lošinj



Lorem ipsum dolor sit 👤

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute

[Više](#)

📅 22.09.2016 - 26.09.2016

📍 Lorem ipsum 4, Lošinj

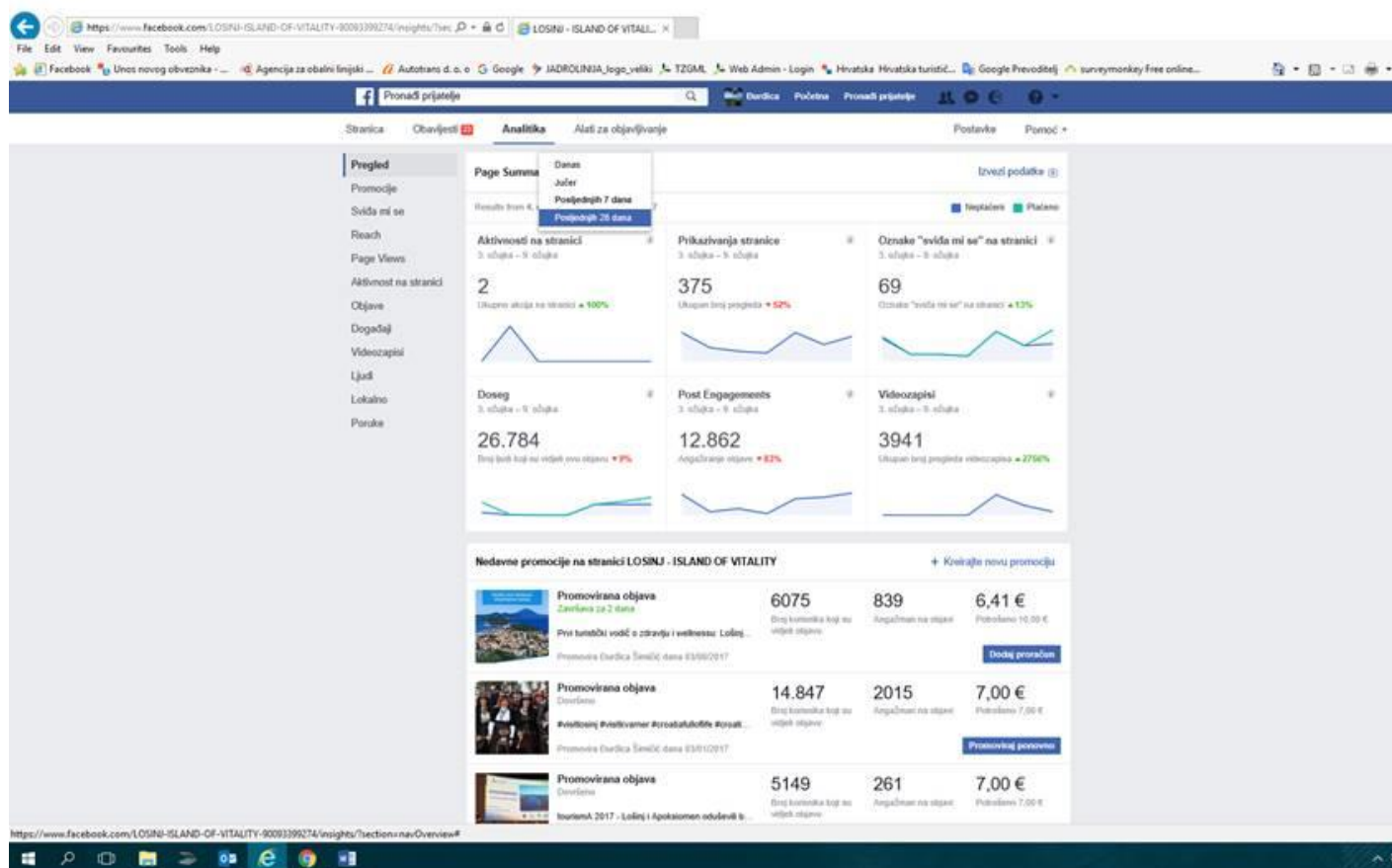
Info punkтови na trajektnim pristaništima

Nastavljena je promocija na tri trajekta na linijama Valbiska – Merag, Brestova –Porozina, gdje su postavljeni info stalci TZG Malog Lošinja na kojem sve članice mogu postaviti promidžbeni materijal.

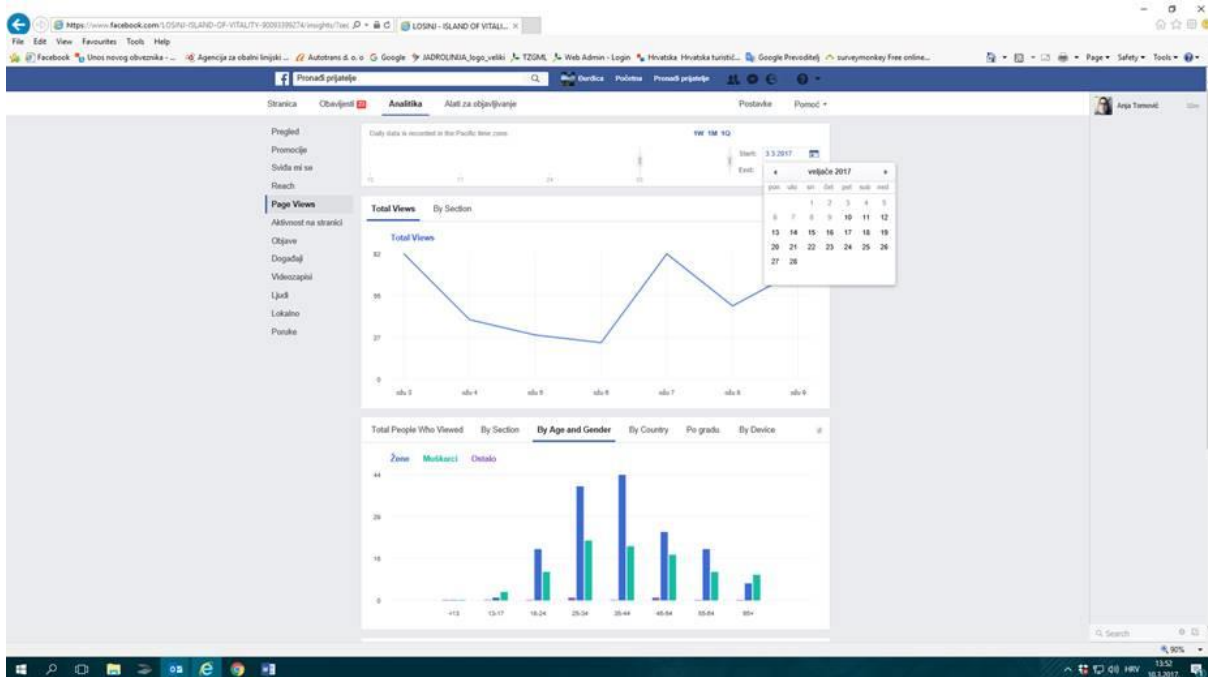
Društvene mreže

Facebook:

LOSINJ – ISLAND OF VITALITY



IZVJEŠĆE O OSTVARENJU PROGRAMA RADA TZG MALOG LOŠINJA ZA 2016.GOD.



2. siječnja 2016 to 30. prosinca 2016

Like Sources Unlike Sources

Like Source	Number of Likes	Percentage of Likes
Na tvojoj Stranici	1,3K	32.53%
Uncategorized Desktop	1,2K	32.02%
Page Suggestions	727	18.76%
Oglasi	452	11.66%
Vaše objave	72	1.86%
Uncategorized Mobile	53	1.37%
API	39	1.01%
Traži	16	0.41%
Posts to Page	12	0.31%
Oznake "sviđa mi se" za stranicu	3	0.08%

Instagram:

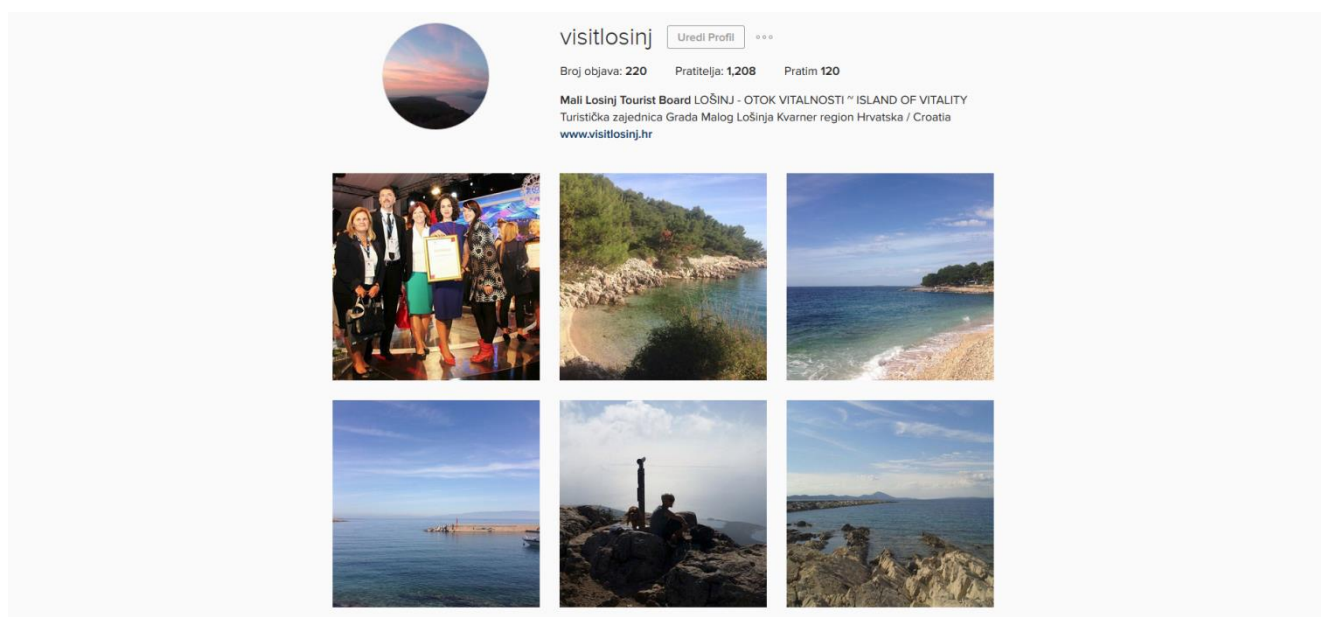
VisitLosinj

Broj objava: 220

Pratitelja: 1,208

Pratim 120

Mali Losinj Tourist Board LOŠINJ - OTOK VITALNOSTI ~ ISLAND OF VITALITY Turistička zajednica Grada Malog Lošinja Kvarner region Hrvatska / Croatia www.visitlosinj.hr



YouTube kanal:

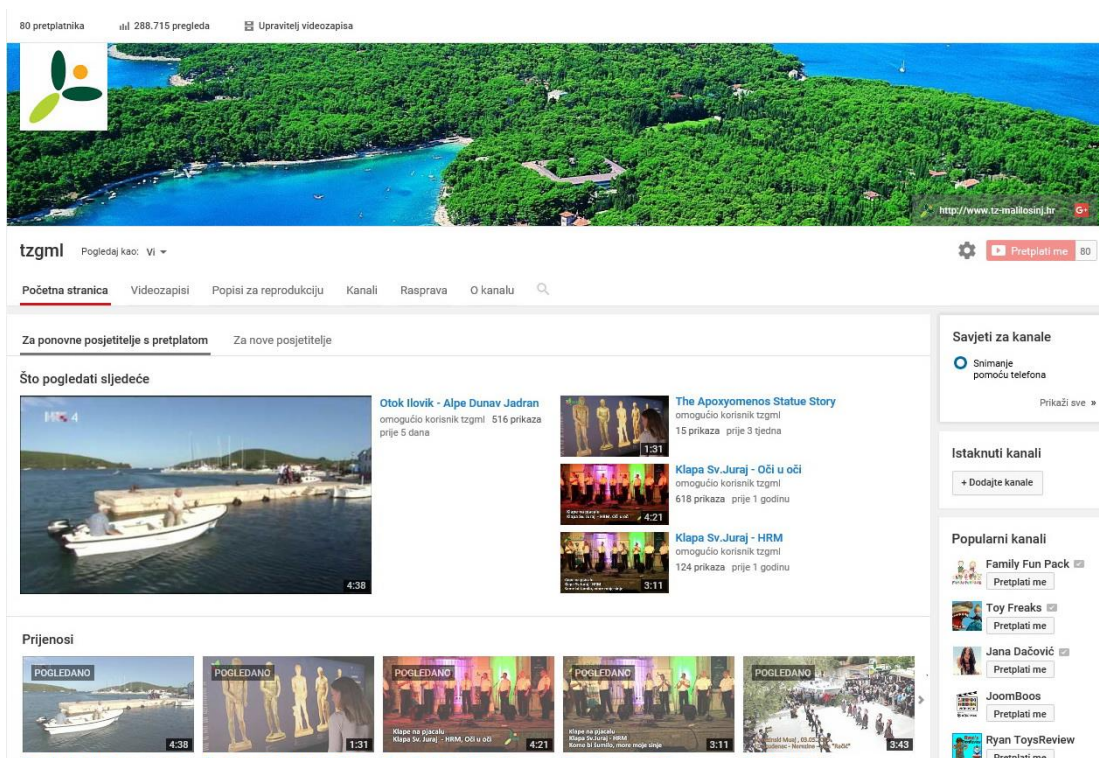
tzgml

80 pretplatnika

288.715 pregleda



Izvješće Facebook stranice Island of vitality



Realizirano je oglašavanje na Facebooku prema media planu za 2016. godinu

3.2. Destinacijski brand management

Provodimo u kontinuitetu, u konstantnim koordinacijama, razvojem novih proizvoda, poticanja na kvalitetu i napredak u ponudi. Svakodnevno se rješavaju problemi, potiče inovacija i kreativnost. Napominjemo edukacije, način poticaja na uspjeh i nuđenje dodatnih proizvoda, što je najveća primjedba tajnog gosta već niz godina.

Potrebno je održati edukacije prodajnih vještina, prezentacijskih vještina, da bi se kvalitetnije prezentirale priče o otoku, arhipelagu, zdravlju, povijesti lošinjskih kapetana, antici, kulturno povijesnoj baštini i o destinaciji općenito.

Na 4. Forumu lošinjskih iznajmljivača najavljene su tematske edukacije na temu Tematiziranje apartmana. Edukacije je vodila Anamarija Cicarelli, voditeljica savjetovališta obiteljski smještaj a održale su se u Velom Lošinju (Vitality hotel Punta) , Malom Lošinju

(u Turističkom uredu) i u hotelu Televrin u Nerezinama.

Šezdesetak sudionika sa zanimanjem je pratilo zanimljive prezentacije i predavanja na temu tematiziranja apartmana i upravljanje kvalitetom u privatnom smještaju, a predstavljene su im prednosti tematizacije smještaja u cilju dodjeljivanja kvalitete izvrsnosti i posebnih standarda obiteljskog smještaja. Kako ne bi došlo do povećanja broja klasičnih apartmana, jednoličnost i kopija inozemnih resorta, iznajmljivačima su preporučeni određeni savjeti kojima dolaze do izvrsnosti i konkurentnosti.

PREZENTACIJE U 2016.

4. Forum iznajmljivača Inovativni privatni 15.03.2016.

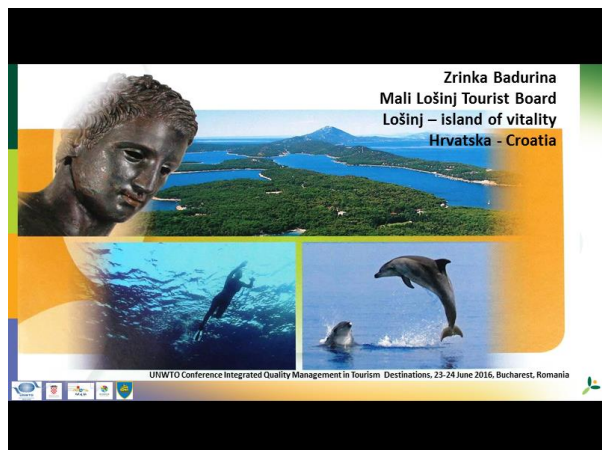


CWIT - Cold water ISLAND tourism – 14.-16.3.2016. – Isle of Arran, Scotland



Lošinj se predstavio na trodnevnom kongresu 'Cold water island tourism' na otoku Arran u Škotskoj, a s naglaskom na cjelogodišnju turističku ponudu. Brojne zemlje razmijenile su iskustva cjelogodišnjih turističkih ponuda budući da se radilo o razmjeni iskustva sa stanovnicima na otocima gdje su hladna mora i gdje nema kupališnog turizma. Izlagači su bili redom iz privatnog i javnog sektora, političari i investitori te destinacijski menadžeri i DMO. Bilo je riječi o inovacijama, arhitekturi i dizajnu kao potencijalima za rast zbog raznolikosti interesnih skupina. Kongresu je prisustvovao i jedan od velikana turizma Terry Stevens. Prezentaciju je održala djelatnica TZG Malog Lošinja Zrinka Badurina.

UNWTO - "International Conference on Integrated Quality Management in Tourism Destinations: A Key to Competitiveness" 23 -24 June 2016 in Bucharest, Romania



Ministarstvo turizma Republike Hrvatske pozvalo je Turističku zajednicu Grada Malog Lošinja u lipnju 2016. godine u Budimpeštu da rumunjskom državnom vrhu i glavnom tajniku UNWTO-a Talebu Rifai-u, predstavi Lošinj kao primjer najbolje prakse za upravljanje kvalitetom (Total Quality Management) u Hrvatskoj. Prezentaciju je održala djelatnica TZG Malog Lošinja Zrinka Badurina.

Konferenciju je organizirala Svjetska turistička organizacija (UNWTO) na poziv Ministarstva gospodarstva, trgovine i turizma Rumunjske (Ministry of Economy, Trade and Tourism of Romania).

PLITVICE – NAJPOŽELJNIJA DESTINACIJA TURIZMA ZDRAVLJA



07.09. održana prezentacija na Plitvicama pred komisijom HTZ-a (30 osoba iz HTZ-a, Ministarstva turizma, HGK, medija, Instituta za turizam, Fakulteta za turistički menadžment i dr...) za odabir najpoželjnije destinacije turizma zdravlja. Komisija je ocjenjivala prezentaciju za odabir najbolje tri destinacije koje ulaze u finale kategorije i koje će posjetiti povjerenstvo radi konačnog odabira. Prezentaciju je održao djelatnik TZG Malog Lošinja Dalibor Cvitković. Prezentacija je dobila maksimalni broj bodova, te je destinacija Mali Lošinj ušla u završni krug.

LIUBLJANA – TOP 100 ZELENIH DESTINACIJA – 27.09.2016.



Island Lošinj – Island of vitality



27.09. Mali Lošinj dobitnik je nagrade **TOP 100 – Zelenih destinacija svijeta.**

U sklopu kongresa Mali Lošinj je predstavio dva turistička proizvoda – prezentaciju „Prijateljstvo Lošinja i dupina“ (prezentirao Dalibor Cvitković) i video prezentaciju „Priča o Apoksiomenu“ (prezentirala Katarina Golubović).

Podrška gospodarstvu u marketinškim aktivnostima

U ovoj grupi rashoda planirana je podrška gospodarskim subjektima u marketinškim aktivnostima, udruženo oglašavanje, nastupi na turističkim sajmovima i ostale marketinške aktivnosti.

U 2016. TZG Malog Lošinja sufinancira marketinške aktivnosti gospodarskih subjekata kroz nastupe na turističkim sajmovima u okviru nastupa Hrvatske turističke zajednice i samostalno kao i ostale predložene marketinške aktivnosti članica.

Sklopljeni su ugovori prema Javnom pozivu za prijavu promotivnih kampanja i/ili promotivno prodajnih kanala zračnih i drugih prijevoznika, touroperatora/turističkih agencija i organizatora programa destinacijske ponude koji u 2016. godini imaju programe za Hrvatsku u pred i posezoni. Hrvatska turistička zajednica sa sustavom turističkih zajednica oglašava hrvatski turizam, od kojih 50% snosi HTZ, a 50% udružuju TZ Kvarnera i TZG Mali Lošinj, a pojedinačno učešće se određuje zavisno o modelu oglašavanja. Sklopljeni su ugovori o sufinanciranju udruženog oglašavanja na svjetskom tržištu u suradnji s agencijom Happy Ferien za oglašavanje programa trajektnog prijevoza. Sklopljeni su ugovori za udruženo oglašavanje u suradnji s partnerima u destinaciji sukladno modelu I c: Jadranka hoteli d.o.o., Jadranka kampovi d.o.o., Lošinjska plovidba-Turizam, Uvala Poljana d.o.o., Pansion Saturn.

TZG Malog Lošinja je kandidirala promotivne aktivnosti oglašavanja :

-Billboard -oglašavanje otvorenja Muzeja Apoksiomena diljem Hrvatske na 21 površini od 18.02.-22.06.2016.

-Oglašavanje na trajektima promotivnim filmom TZG Malog Lošinja

-Oglašavanje u zdravstvenim ustanovama -B1 plakati

-Oglašavanje na trajektnom pristaništu Valbiska – Muzej Apoksiomena

Sklopljeni su ugovori s iznajmljivačima o sufinanciranju marketinških aktivnosti sukladno prijavama za izvršeno fotografiranje apartmana, izradu web stranica, raznim oglašavanjima.

ČLANICE -UDRUŽENO OGLAŠAVANJE 2016.	u KN					
NOSITELJ OGLAŠAVANJA	Ukupna vrijednost	DIO TZG ML	Gospodarski subjekt	TZ Kvarnera	HTZ	Udruženo ogl. trajekti
1. Jadranka kampovi d.o.o						
Kampovi Čikat, Baldarin, Bijar	495.237	99.047	247.618,50	24.761,85	123.809,25	
MODEL I c						
2. Jadranka kampovi - ogl.trajekti						
Model a - Happy Ferien	200.000,00	100.000,00			100.000,00	9.000
Ukupno Jadranka kampovi		199.047,00		24.761,85		
3. Jadranka hoteli d.o.o.						
Model Ic samostalno	620.920,00	62.188,80	382.660,00	20.841,20	155.230,00	
Model Ic Millenium	605.417,18	57.490,07	376.089,45	20.483,34	151.354,30	
Ukupno Jadranka hoteli	1.226.337,18	119.678,87	758.749,45	41.324,54	306.584,30	59.231,25
4. Pansion Saturn Veli Lošinj	40.000	8.000,00	20.000,00	2.000,00	10.000,00	

Model Ic						
5. Losinjska plovidba - Turizam d.o.o.	122.062	24.412,00	61.031,00	6.103,10	30.515,50	
Model Ic						
6. Uvala Poljana d.o.o.	51.980	10.396,00	25.990,00	2.599,00	12.995,00	7.575,30
Model I						
Ukupno za članice izdvojeno		361.533,87		76.788,49		
7. TZG Mali Lošinj						
MODEL II - PIO marketing	163.719,78	81.860			81.860	
MODEL II - B1 plakati	16.550	8.275			8.275	
MODEL II - MTA	197.340	98.670			98.670	
Faresina	15.000	7.500			7.500	
Jadrolinija -PHAROS	24.770	12.385			12.385	
UKUPNO TZG MALI LOŠINJ	417.379,78	208.689,90			208.690,00	

Mediji

- S Radio Lošinj – Radio Jadranka sklopljen je ugovor o suradnji. Ugovor je definirano da su ugovorne strane suglasne da će Turistička zajednica Grada Malog Lošinja sufinancirati emisije namijenjene gostima koji borave u našem Gradu kroz dnevne informativne emisije na stranim jezicima te emisije realizirane s gostima / intervju, ankete i emisije sličnog sadržaja / praćenje i najava manifestacija u organizaciji Turističke zajednice kao i objavu informacija o radu Turističkog vijeća i svih radnih tijela Turističke zajednice.
- Realizirane su emisije, javljanja, intervjui – HTV studio Zagreb, Nova TV, studio Rijeka, Ljetni đir-oglašavanje, Nautical Chanel
Hrvatski radio –Radio Rijeka, Hrvatski radio - emisije Sunčani sat.
- Sklopljen ugovor s Faresinom vezano za oglašavanje na video zidu na Trgu Republike Hrvatske u Malom Lošinju
- Sklopljen ugovor s portalom Otoci.net vezano za objavljivanje PR reportaža TZG Malog Lošinja.
- Komercijalna oglašavanja; portal Kigo.hr, UT oglašavanje, Večer Maribor, The Best Shop, Tip travel magazin, Kompas, Novi list –gastro special, Croatia finest,

Press konferencija Otvorenje Muzeja Apoksiomena u Malom Lošinju

Grad Mali Lošinj i Ministarstvo kulture Republike Hrvatske najavili su 30. travnja 2016. godine kao službeni datum svečanog otvorenja Muzeja Apoksiomena u Malom Lošinju.

U Zagrebu su, 11. ožujka 2016. godine, u Muzeju Mimara na održanoj svečanoj tiskovnoj konferenciji pod nazivom "Apoksiomen na otoku vitalnosti – najava datuma otvaranja Muzeja Apoksiomena" prisustvovali Ministar turizma Republike Hrvatske Anton Kliman, Ministar kulture Republike Hrvatske Zlatko Hasanbegović, gradonačelnik Grada Malog Lošinja Gari Cappelli, zamjenica gradonačelnika Grada Malog Lošinja Ana Kučić, projektant Idis Turato i direktorica Turističke zajednice Grada Malog Lošinja Đurđica Šimičić.



Ministar turizma Republike Hrvatske Anton Kliman ukazao je na važnost povratka i značaj Apoksiomena na ukupnu turističku ponudu otoka vitalnosti, koja će svojim turistima, između ostalog, ponuditi i „Apoksiomenovu antičku kuhinju“, kao jedinstvenu destinacijsku ponudu.

Osim turističkog segmenta unaprjeđenja lošinjske ponude, o neizostavnom kulturnom segmentu ponude govorio je i Ministar kulture Republike Hrvatske Zlatko Hasanbegović koji Apoksiomena cijeni kao vrijedan i znameniti dio te ujedno jedan od kompleksnijih konzervatorsko restauratorskih projekata.

Nakon devet godina velikog putovanja u sklopu kojeg je privremeno boravio u Arheološkom muzeju u Zagrebu i Osijeku, muzeju antičkog stakla u Zadru, Pomorskom i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja u Rijeci, Etnografskom muzeju Split, Muzeju i galeriji Grada Ljubljane, palači Riccardi u Firenzi, Musee de Louvre u Parizu, British Museumu u Londonu, a zatim i Paul Getty muzeju u Los Angelesu, grčki se velikan odlučio vratiti natrag Lošinjanima, i to u Muzej Apoksiomena.



Na tiskovnoj konferenciji predstavljen je i promidžbeni materijal Grada Malog Lošinja i Turističke zajednice Grada Malog Lošinja 'Apoksiomen na otoku vitalnosti' te prezentacijski audio sadržaj 'Apoksiomenovo putovanje' u kojem su korišteni zvukovi soundscapea mora i kopna Lošinja kao posebni aurealni identitet prostora nalazišta Apoksiomena, a nakon konferencije prisutni su potpuni gastro destinacijski užitek mogli osjetiti na antičkom banketu pripremljenom uz pomoć kreativnog lošinjskog kuhara Adrijana Nikolića.



U nastavku analiza posjećenosti web stranice www.visitlostinj.hr

Audience Overview

Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016
Compare to: Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015

All Users
+0.00% Sessions

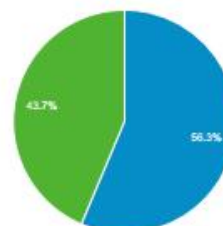
Overview

Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016: Sessions
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015: Sessions

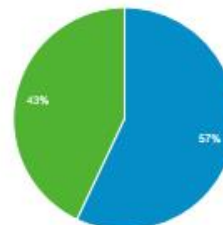


Returning Visitor (blue) | New Visitor (green)

Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016



Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015



Language	Sessions	% Sessions
1. de		
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	99,743	14.09%
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	128,493	15.86%
% Change	-22.37%	-11.18%
2. en-us		
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	98,028	13.84%
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	117,824	14.54%
% Change	-16.80%	-4.80%
3. de-de		
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	75,239	10.62%
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	102,162	12.61%
% Change	-26.35%	-15.73%
4. hr		

http://visitilosinj.hr
Full history

GO TO REPORT

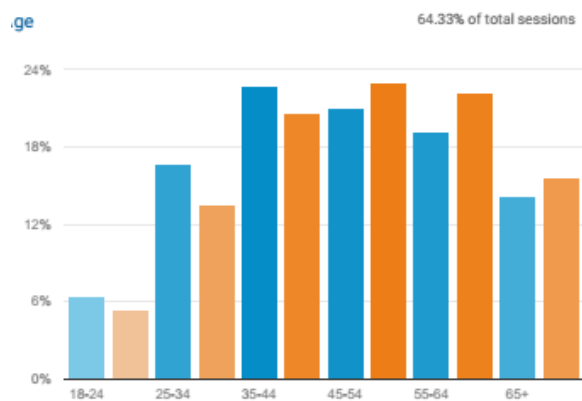
Demographics: Overview

Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016
Compare to: Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015

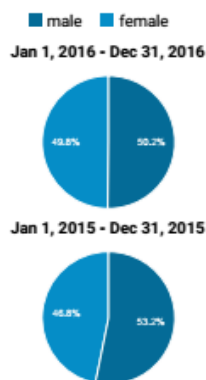
Some data in this report may have been removed when a threshold was applied. [Learn more](#)

All Users
+0.00% Sessions

Key Metric:



Gender 65.85% of total sessions



New vs Returning

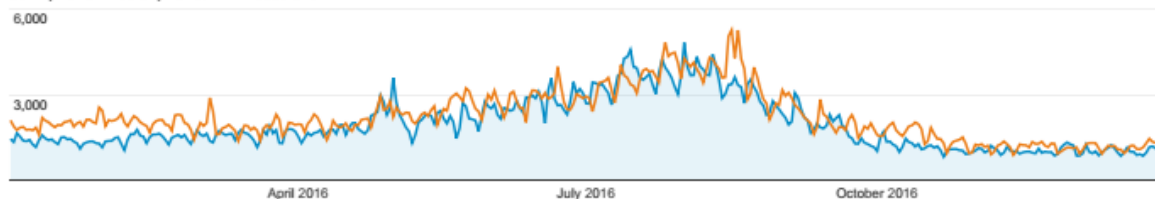
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016
Compare to: Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015

All Users
+0.00% Sessions

Explorer

Summary

Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016: Sessions
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015: Sessions



User Type	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	STRANICE (Goal 1 Conversion Rate)	STRANICE (Goal 1 Completions)	STRANICE (Goal 1 Value)
	12.61% 708,137 vs 810,275	1.62% 43.66% vs 42.96%	11.19% 309,179 vs 348,121	4.50% 44.28% vs 42.38%	34.94% 4.49 vs 6.90	26.51% 00:03:23 vs 00:04:36	3.31% 55.72% vs 57.62%	15.50% 394,539 vs 466,896	0.00% \$0.00 vs \$0.00
1. Returning Visitor									
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	398,958 (56.34%)	0.00%	0 (0.00%)	39.13%	5.25	00:03:58	60.87%	242,830 (61.55%)	\$0.00 (0.00%)
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	462,154 (67.04%)	0.00%	0 (0.00%)	37.44%	8.57	00:05:41	62.56%	289,139 (61.93%)	\$0.00 (0.00%)
% Change	-13.67%	0.00%	0.00%	4.53%	-38.82%	-30.11%	-2.71%	-16.02%	0.00%
2. New Visitor									
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	309,179 (43.66%)	100.00%	309,179 (100.00%)	50.93%	3.52	00:02:37	49.07%	151,709 (38.45%)	\$0.00 (0.00%)
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	348,121 (49.96%)	100.00%	348,121 (100.00%)	48.94%	4.68	00:03:10	51.06%	177,757 (38.07%)	\$0.00 (0.00%)
% Change	-11.19%	0.00%	-11.19%	4.07%	-24.91%	-17.26%	-3.90%	-14.65%	0.00%

Rows 1 - 2 of 2

Language

Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016
Compare to: Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015

All Users
+0.00% Sessions

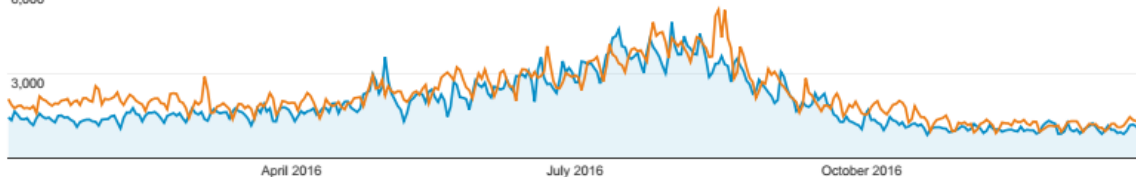
Explorer

Summary

Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016: Sessions

Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015: Sessions

6,000



Language	Acquisition			Behavior			Conversions Goal 1: STRANICE		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	STRANICE (Goal 1 Conversion Rate)	STRANICE (Goal 1 Completions)	STRANICE (Goal 1 Value)
	12.61% 708,137 vs 810,275	1.62% 43.66% vs 42.96%	11.19% 309,179 vs 348,121	4.50% 44.28% vs 42.38%	34.94% 4.49 vs 6.90	26.51% 00:03:23 vs 00:04:36	3.31% 55.72% vs 57.62%	15.50% 394,539 vs 466,896	0.00% \$0.00 vs \$0.00
1. de									
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	99,743 (14.09%)	36.46%	36,369 (11.76%)	36.20%	6.29	00:04:18	63.80%	63,637 (16.13%)	\$0.00 (0.00%)
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	128,493 (15.86%)	40.22%	51,676 (14.84%)	32.67%	11.31	00:06:53	67.33%	86,516 (18.53%)	\$0.00 (0.00%)
% Change	-22.37%	-9.34%	-29.62%	10.80%	-44.41%	-37.44%	-5.24%	-26.44%	0.00%
2. en-us									
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	98,028 (13.84%)	49.72%	48,736 (15.76%)	51.45%	3.81	00:03:24	48.55%	47,593 (12.06%)	\$0.00 (0.00%)
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	117,824 (14.54%)	48.37%	56,991 (16.37%)	49.16%	5.84	00:04:36	50.84%	59,899 (12.83%)	\$0.00 (0.00%)
% Change	-16.80%	2.78%	-14.48%	4.65%	-34.78%	-26.02%	-4.50%	-20.54%	0.00%
3. de-de									
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	75,239 (10.62%)	41.04%	30,880 (9.99%)	35.81%	4.38	00:02:46	64.19%	48,296 (12.24%)	\$0.00 (0.00%)
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	102,162 (12.61%)	38.80%	39,640 (11.39%)	38.20%	5.77	00:03:20	61.80%	63,138 (13.52%)	\$0.00 (0.00%)
% Change	-26.35%	5.78%	-22.10%	-6.25%	-24.10%	-17.31%	3.86%	-23.51%	0.00%
4. hr									
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	72,996 (10.31%)	50.44%	36,821 (11.91%)	55.30%	3.09	00:02:50	44.69%	32,624 (8.27%)	\$0.00 (0.00%)
Jan 1, 2015 - Dec 31, 2015	64,795 (8.00%)	50.74%	32,876 (9.44%)	55.54%	3.61	00:03:15	44.46%	28,808 (6.17%)	\$0.00 (0.00%)
% Change	12.66%	-0.58%	12.00%	-0.42%	-14.31%	-12.75%	0.52%	13.25%	0.00%
5. sl									
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	65,275 (9.22%)	40.45%	26,402 (8.54%)	39.23%	5.49	00:03:47	60.77%	39,665 (10.05%)	\$0.00 (0.00%)

3.4. Brošure i ostali tiskani materijali

U 2016.godini tiskani su sljedeći promotivi materijali.

1. Stolni kalendari (stigli u prosincu 2015., plaćanje 2016.)

Količina: 1000 kom

Format: 15 x 15 cm

Obim 14 listova + podložni karton (trokut)

Tisak u boji s obje strane na KD 200 gr papiru

Spiralni metalni uvez, Podložni karton 3 x bigan

Omotano trakom i zaljepljeno naljepnicom s čestitkom

Komplet s oblikovanjem, grafičkom pripremom i probnim otiscima

Cijena: 14.875,00 kn

Dizajn i tisak: Infolab mediji d.o.o., Opatija

2. Rokovnici (stigli u prosincu 2015., plaćanje 2016.)

Količina: 300 kom

Format: 19 x 26 cm

Predlistovi u boji na KD 150 gr papiru - 10 listova

Umetni listovi u boji na KD 150 gr papiru - 3 lista

Obim 100 listova 80 gr business tisak 1/1

Omot u boji plastificiran i kaširan na ljepenku 1 mm

Metalni spiralni uvez bijeli

Komplet s oblikovanjem, grafičkom pripremom i probnim otiscima

Cijena: 21.037,50 kn

Dizajn i tisak: Infolab mediji d.o.o., Opatija

3. Doživi Apoksiomena – Apoksiomen na otoku vitalnosti

Količina: 50.000 kom

Format: 210 x 297 mm

Opseg: 48 str. + 4 str. ovitka

Materijal: 150 g/m², Kunstdruck mat (knjižni blok); 200 g/m², Kunstdruck mat (ovitak)

Tisak: 4/4 (cmyk)

Dorada: 2x klamano, odrezano na format

Mutacije: 3 mutacije u koloru - 4/4 (4 jezične varijante)

Cijena: 293.875,00 kn (s uključenim PDV – om)

Dizajn i tisak: Kuharić Matoš d.o.o., Zagreb

4. Information – Doživi Lošinj !

Količina: UK: 39.000

Jezične varijante: 8.000 njem, 7.000 tal, 5.000 slo, 12.000 eng, 7.000 hrv

Format: 105 x 148 mm

Opseg: 48 str. + 4 str. ovitka

Materijal: 80 g/m², offsetni mat (knjižni blok)

115 g/m², Kunstdruck mat (ovitak)

Tisak: 4/4 + 4 mutacije u koloru (5 jezičnih varijanti)

Dorada: 2x klamano

odrezano na format

Dizajn i tisak: Makol marketing d.o.o., Rijeka

Cijena : 51.725.00

5. Ljekoviti otok Lošinj

Količina: 170 kom

Jezične varijante: 5 (hr: 30 kom; eng: 50 kom; njem: 30 kom; tal: 10 kom; slo:25 kom; tal: 10 kom; rus: 25 kom)

Format: a4

Opseg: katalog 84 stranice + omot 4 stranice

umetak 4 stranice

Papir / materijal: kunstdruck 250g a1 za umetak

kunstdruck mat 135g b1 za 84 stranice

kunstdruck mat 250g b1 za omot kataloga

Tisak: 4/4 boje za 84 stranice (5 mutacija u koloru)

4/4 boje + 1/0 mat plastika za omot (5 mutacija u koloru)

4/0 boje za umetak (isti za sve)

Dorada: meki uvez, ljepljeno za katalog

savijanje umetka 1x

umetanje umetka između bloka i zadnje korice kataloga

Dizajn i tisak: Kerschoffset Zagreb d.o.o, Zagreb

Ukupno troškovi; 10.125,62

6. Papirnate vrećice

Količina: 2.000 kom

Format: 23 x 36 x 10 mm

Papir: 200 gr. kunstdruck

Tisak: 4/0 boja, + plastifikacija mat

Dorada: štancano, lijepljeno, ručke od akril špage

Cijena: 11.975,00 kn (s uključenim PDV-om)

Dizajn i tisak: Comgraf d.o.o., Umag

7. Mape

Količina: 1.000 kom

Format: 225 x 310 mm

Opseg: 4 str. + klapna

Materijal: 350 g/m² Kunstdruck mat

Tisak: 6/2

Dorada: mat plastifikacija 1/0 , štancanje, slaganje, lijepljenje klapne +džepić za vizitke

Cijena: 5.462,50 kn (s uključenim PDV-om)

Dizajn i tisak: Comgraf d.o.o., Umag

8. Plan grada

Format: A3

Opseg: 2 stranice

Papir: 90 gr. biomatt

300 gr. triplex podloga

Tisak: 4/4 boje

Dorada: Lijepljeno 50 lista u blok

Naklada: 80.000 kom.

Cijena: 19.500,00 kn (s uključenim PDV-om)

Dizajn i tisak: Comgraf d.o.o.

9. Karta šetnica (na kidanje)

Format: B3 (33 x 48 cm)

Opseg: 2 stranice

Papir: 100 gr. kunstdruck

300 gr. triplex podloga

Tisak: 4/4 boje

Dorada: Lijepljeno 50 lista u blok

Naklada: 50.000 kom

Cijena: 12.125,00 kn (s uključenim PDV-om)

Tisak: Kerschoffset Zagreb d.o.o.

Dizajn: Papyrum, d.o.o.

Cijena: 1.000,00 kn (s uključenim PDV-om)

10. Brošura Fešta lošinjske kuhinje 2016

naklada: a) 2.000 kom

format: 210 x 297 mm

opseg: 20 str.

materijal: 150 g/m², Kunstdruck mat

tisak: 4/4

dorada: 2x klamano

odrezano na format
cijena: 3,25 kn/kom (ukupno 6.500,00 kn) + 1.200 kn dizajn
Ukupno: 9.625 (s uključenim PDV-om)
Dizajn i tisak: Makol d.o.o.

11. Brošura Festival aromaterapije

naklada: 1.000 kom
format: 210 x 297 mm
opseg: 36 str.
materijal: 150 g/m², Kunstdruck mat
tisak: 4/4
dorada: 2x klamano
odrezano na format
cijena: **7,70 kn/kom** (ukupno 7.700,00 kn) + 3.000 kn dizajn
Ukupno: 13.375,00 (s uključenim PDV-om)
Dizajn i tisak: Makol d.o.o.

12. Letak Događanja na Lošinju IV/V/VI/2016

naklada: 4.000 kom (80 blokova x 50 listova)
format: 210 x 297 mm
opseg: 2 str.
papir: 90 g/m², Kunstdruck mat (listovi bloka)
300 g/m², Grafopak (podložni karton)
tisak: 4/4
dorada: lijepljeno u blokove po 50 listova
cijena: 0,52 kn/kom (ukupno 2.080,00) + dizajn 750,00
Ukupno: 3.537,50 kn (s uključenim PDV-om)
Dizajn i tisak: Makol d.o.o.

13. Letak Događanja na Lošinju VII/2016

naklada: 4.000 kom (80 blokova x 50 listova)
format: 210 x 297 mm
opseg: 2 str.
papir: 90 g/m², Kunstdruck mat (listovi bloka)
300 g/m², Grafopak (podložni karton)
tisak: 4/4
dorada: lijepljeno u blokove po 50 listova
cijena: 0,52 kn/kom (ukupno 2.080,00) + dizajn 750,00
Ukupno: 3.537,50 kn (s uključenim PDV-om)
Dizajn i tisak: Makol d.o.o.

14. Letak Događanja na Lošinju VIII/2016

naklada: 4.000 kom (80 blokova x 50 listova)

format: 210 x 297 mm

opseg: 2 str.

papir: 90 g/m², Kunstdruck mat (listovi bloka)

300 g/m², Grafopak (podložni karton)

tisak: 4/4

dorada: lijepljeno u blokove po 50 listova

cijena: 0,52 kn/kom (ukupno 2.080,00) + dizajn 750,00

Ukupno: 3.537,50 kn (s uključenim PDV-om)

Dizajn i tisak: Makol d.o.o.

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**4.1. Sajmovi**

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja je i ove godine sufinancirala nastupe svojim članicama koje su ove godine nastupale na različitim sajmovima i zakupile štandove diljem Europe, promovirajući Lošinj kao destinaciju zdravlja i vitalnosti. Godina 2016. započela je nastupom u Utrechtu, Stuttgartu, Düsseldorfu i Ljubljani, nakon kojih slijede i München, Essen, Herning, Berlin, Stocholm te drugi. Također, 2016. godine poseban naglasak stavljen je na unaprjeđenje kulturnog i zdravstvenog turizma.

Nastupom na sajmovima u Utrechtu i Stuttgartu, Jadranka kampovi d.o.o. svjedoče o pojačanoj potražnji za kamping turizmom. Na „Adria camping rally-u“ organiziranom u suradnji s Udrugom kampista Hrvatske, u Malom Lošinju se od 25. lipnja do 2. srpnja 2016. godine očekuje više od 200 kamperskih posada. *Interes na stranom tržištu je uistinu velik te se svakako nadamo uspješnoj kamping sezoni*, izjavio je direktor Jadranka kampovi d.o.o., Dejan Jakovljević početkom ove godine.

Jadranka hoteli d.o.o. fokusiraju se na B2B sajmove i radionice na kojima se prezentira ponuda luksuznih proizvoda i MICE-a, a uključuju goste iz zemalja Zapadne Europe, Velike Britanije, Amerike i Rusije.

Kamp Poljana u sklopu pripreme za sezonu 2016. sudjelovao je na sajmovima u Rostocku, Magdeburgu, Dresdenu i Ljubljani, a u planu je bio i sajam u Nizozemskoj. *Dojmovi koje smo stekli predstavljajući kamp Poljanu na ovogodišnjim sajmovima je veliko zanimanje za naš otok i njegov akvatorij, a osobito smo iznenađeni dobrim poznavanjem činjenica o samoj destinaciji. Interes za kampingom na ovakvim sajmovima izrazito je velik što u startu donosi povećanje broja rezervacija, a stupili smo u kontakt i s mnogim stranim organizatorima putovanja*, svjedoči koordinator kvalitete poslovanja kampa Poljane, Dario Vodanović.

Lošinjska plovidba turizam d.o.o. ispunila je svoja očekivanja na sajmovima te nastavlja sa svojim posebnim ponudama i akcijama. *Interes za Hrvatskom i Kvarnerom je velik, intenzitet planiranja odmora je kraj srpnja i početak kolovoza, a u trendu je i povećanje rezervacija direktno na sajmovima, osobito uz posebne akcije koje su se nudile gostima. Također, Lošinj je veoma poznat nautičkom profilu gostiju te interes kao takav nije zaostajao za prethodno posjećenim sajmovima,* opisuje koordinatorica i voditeljica marketinga i prodaje Lošinjske plovidbe turizam d.o.o. Josipa Saganić.

Utisci Jadranka Yachtinga d.o.o. također su veoma pozitivni, *ove smo godine prvi put izlagali samostalno i mislim da je to bila prava odluka jer smo na taj način prepoznatljiviji. Ljudi su se zaustavljali već radi fotografije Lošinja koja je bila u pozadini, a nudili smo im i domaće poklončiće što je izuzetno dobro rezultiralo. Sajmove posjećuje nadprosječno puno posjetitelja u odnosu na prethodne godine, a također smo izvršili i nadprosječno više direktnih ponuda te realizirali nekoliko rezervacija, što je veliki uspjeh. Mislim da je sve to posljedica bolje prezentacije i reprezentativnijeg izlaganja,* smatra direktor Jadranka Yachtinga d.o.o. Arman Perčinlić.



4.4. Prihvat novinara i studijskih grupa

TZG Malog Lošinja organizira prihvat novinara i studijskih grupa prema najavi TZ Kvarnera i HTZ-a, kao i neposrednim kontaktima i pozivima novinarima.

1. Otvorenje Muzeja Apoksiomena

OTVORENJE MUZEJA APOKSIOMENA - MEDIJI		
Ime i prezime	Program	Sugovornici
HRT Radio (Tatjana Rau, Silvija Bionda)	*srijeda- Euroglas - 15sati (Fešta lošinjske kuhinje)	*Đurđica Šimičić, direktorica TZGML *Ivka Šimunović, Grad Mali Lošinj *Andrea Borić, Plavi svijet
	*srijeda- Putujemo Hrvatskom (I.dio): 15 sati	*Gari Cappelli, gradonačelnik Grada Malog Lošinja *Đurđica Šimičić, direktorica TZGML
	*petak- Putujemo Hrvatskom (I.dio- drugi dio snimanja):	*Ingrid Stanković *Ferdinando Zorović
	*četvrtak- Glas Hrvatske UŽIVO: 21 sat (možda spojiti s Putujmo Hrvatskom II.dio)	*Gari Cappelli, gradonačelnik Grada Malog Lošinja *Đurđica Šimičić, direktorica TZGML
	*petak- Putujemo Hrvatskom (II.dio): od 8 do 15 sati	*3 ili 4 sugovornika iz Plavog svijeta
Sunčani sat (Zlatan Skalicki)	*petak - Sunčani sat: 14,15/14,40/15,00/15,20/15,50 sati	14:15*Gari Cappelli, gradonačelnik ML 14:40* Ingrid Stanković, privremena ravnateljica Muzeja Apoksiomena 15:00*Zrinka Ettinger Starčić, ravnateljica Lošinjskog muzeja 15:20* Nenad Kraljić, scheff u Jadranka hoteli 15:50* Đurđica Šimičić, direktorica TZGML
RTL (Maja Brkljača, Gracijan Brguljan)	3 programa uživo: *četvrtak - najava otvorenja Muzeja *petak- roniaci, podvodne rute,itd *subota- otvorenje Muzeja	Razni
TV Kopar-Capodistria (novinar Jessica Acquavita, snimatelj Aleš Marušić i tehničar Emil Grbac)	*subota - snimanje exterijskog/interijerskog muzeja	*Gari Cappelli, gradonačelnik ML *Đurđica Šimičić, direktorica TZGML
Nova TV (Marko Balen i Mario Kovačić)	*petak- UŽIVO *subota -UŽIVO *nedjelja- UŽIVO	Razni po temama: otvorenje Muzeja Apoksiomena, tenis, Apoksiomenova antička kuhinja, Apoksiomenova prirodna kozmetika i wellness

HR Radio (Lidija Komes)	Slušaj kako zemlja diše (teme: Otvorenje Muzeja Apoksiomena, Lošinjski polumaraton)	*ravnateljica OŠ, Olivela Franko *ravnateljica SŠ Jelena Bralić *Đurđica Šimičić, direktorica TZGML *Miroslav Čavlek, Atletski klub Lošinj *Gari Cappelli, gradonačelnik *Zrinka Badurina, TZGML *Ingrid Stanković, privremena ravnateljica Muzeja Apoksiomena *Zrinka Ettinger Starčić, ravnateljica Lošinjskog muzeja
Mladen Kušec	*subota - 7:45 -8:50 sati - 'Putujemo Hrvatskom- 'Zagonetno putovanje'	*gradonačelnik *direktorica *Đanino Sučić
Kigo.hr (Leo Pavela)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Razni
HINA (Dean Silić)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Razni
SAD (Nena Komarica,Thomas Strodel,Francis Ball,Beverly Cohn,Elisabetta di Dominis,Karen Loftus,Max Hartshorne)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Razni
Radio Rijeka (HRT centar Rijeka), (Branka Malnar, Kristijan Smokvina)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Razni
Novi list (Ana Braškić)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Razni
Jutarnji list (Tomislav Krišto)	fotografiranje Muzeja Apoksiomena	-
Cropix (fotoreporter Gorana Šebelića)	fotografiranje Muzeja Apoksiomena	-
Kanal RI (Ivan Ožanić, Mirela Hunček)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Razni
NL (Tihana Tomičić, Damir Skomrlja)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Razni
HRT(Zdravko Kleva, Elvira Dizdarević, Branko Oužeki, Donald Vukas)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Razni
N1 (Mirela Bačić,Ivana Franić)	*subota 9 sati- izjava telefonom - otvorenje Muzeja Apoksiomena	*Đurđica Šimičić, direktorica TZGML *Ivka Šimunović, Grad Mali Lošinj *Andrea Borić, Plavi svijet
Radio Lošinj- Radio Jadranka (Marta Fazlić)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Otvorenje Muzeja Apoksiomena
Otoci.net (Bojan Purić)	Otvorenje Muzeja Apoksiomena	Otvorenje Muzeja Apoksiomena

Ukupno: 38 osoba – radio (8 osoba); TV (15 osoba); tisak (15 osoba)

2. Studijsko putovanje – Croatias finest

Ime i prezime novinara: MasterChef Dhruv Baker

Ukupan broj osoba: 19

Mediji:

- National Geographic Channel-u za cijeli azijski kontinent, srednji istok, dio Afrike... (87 zemalja)
- ruskoj nacionalnoj televiziji RTV1 i
- nacionalnoj televiziji Kosovo RTK
- u tijeku su pregovori za emitiranje emisija na europskom tržištu te drugim zemljama svijeta među kojima su i Njemačka, UK, Nizozemska, Španjolska, Italija, Poljska, Danska, Švedska, Kanada, Sjeverna Amerika, Brazil

Produkciju potpisuje MAK PRODUCTION iz Zagreba, a svjetsku distribuciju OPTIMUM TELEVISION iz Londona.

Doseg: Do sada je dogovoreno emitiranje emisija u nevjerojatnih 90 zemalja što će biti jedna od najvećih promocija Hrvatske u svijetu a koje će uglavnom emitirati National Geographic Channel uključujući Rusiju, Kinu, Japan, Hong Kong, Indiju, Maleziju, Saudijsku Arabiju, Južnu Koreju, Bahrain, Ujedinjene Arapske Emirate, pa čak i dio Afrike. Predviđeno je i više repriznih emitiranja emisija sve do rujna 2019.

Fokus: radi se o novoj televizijskoj emisiji pod nazivom "Croatia's Finest", prvi veliki hrvatski gastronomski putopis na engleskom jeziku koji se snima na području cijele Hrvatske u 20 polusatnih epizoda u visokoj profesionalnoj produkciji, a koja će prikazivati hrvatske prirodne ljepote, gastronomske ponude i druge zanimljive lokacije, sadržaje i proizvode.



3. Studijsko putovanje – Buy Croatia

Ime i prezime sudionika:

SUDIONIČAR	e-mail	kontakt tel.	FUNKCIJA	LET IZ/DO
Linda Joan Briggs	linda@lindabriggs.net		savjetnik	Heathrow LONDON
Elena Melchenkova	elena.melchenkova@via-travel.ru	00 7 916 655 26 28	manager	Avia Moscow
Sergej Feshchenko	sergei-smi@mail.ru	007 (495) 730 2755	direktor	Avia Moscow
Natalia Grabilnikova	kormedcenter@yandex.ru	007 (495) 729 1645	direktor	Avia Moscow
Natalia Feshchenko	nataliyavg@inbox.ru		zamjenik direktora	Avia Moscow
Mrs Nevin Rasmussen	nevin@nevin-rejser.dk	+ 45 271 190 54	direktor	Copenhagen
Nina Friis Poschmann	nina@veksebo-wellness.dk	+ 45 48 48 55 53	product manager	Copenhagen
Tommie Lehmann	info@dentalrejser.dk	+45 27 63 74 70	direktor	Copenhagen
Määttänen Yrjö Matti	yrjo.maattanen@psori.fi	+358 50 4130820	predsjednik udruge	Helsinki
Željko Grabar	zeljko.grabar@pp.inet.fi	+358 40 5472020	direktor	Helsinki
Repo Ilkka Olavi	likka.repo@allergia.fi	+358 40 1562634	direktor	Helsinki
Lorenzo Rossi	info@beverlyvacanze.it		direktor	Rim

Ukupan broj osoba: 12 + 2 člana HTZ-a (gđa. Ivana Prša i gđa. Doris)

Fokus: TZ Kvarnera primila je prijedlog GU HTZ za domaćinstvo tematskoj radionici BUY CROATIA za zdravstveni turizam te izdvajamo iz dopisa: „.....nastavno na dosadašnje pozitivne rezultate promotivnih aktivnosti usmjerenih na razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, oblika turizma koji trenutno pokazuje zavidni trend rasta na globalnoj razini, te marketinških napora u vidu organizacije i u konačnici uspješne realizacije poslovnih specijaliziranih radionica i post tura Buy Croatia- zdravstveni turizam, plan nam je i ove godine u suradnji s predstavništvima i sustavom turističkih zajednica organizirati specijaliziranu Buy Croatia poslovnu radionicu koja će se održati u periodu od 8.05. do 14.5.2016. u okviru programa studijskog putovanja inozemnih predstavnika specijaliziranih TO/TA i drugih subjekata zdravstvenog turizma. Program putovanja obuhvatio bi područje Zagreba i Zagrebačke županije, te Kvarnera.,,



4. Studijsko putovanje

Ime i prezime novinara: Saša Derivšević, Mihael Pranjić

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: Nova TV, Doma TV

Distribucija: TV

Doseg: Nacionalna televizija

Naklada: gledanost 100.000 – 200.000

Fokus: Muzej Apoksiomena i programi Inspirirano Apoksiomenom

5. Studijsko putovanje – Serijal o vjetru

Ime i prezime novinara: Saša Jelovčić

Ukupan broj osoba: 2

Koncept i fokus:

1. Serijal će se baviti promocijom Hrvatskih regija kroz priču o vjetrovima koji pušu na području Republike Hrvatske. Obradit će se utjecaj vjetra na razne djelatnosti i vidove života. Kroz serijal će nas voditi stručni komentari djelatnika DHMZ-a, i stručnjaci iz područja kojima će se serijal baviti.
2. Podjela emisija po temama:
 - Turizam
 - Ekologija (poljoprivreda i proizvodnja hrane)
 - Energetika
 - Sport
 - Zdravlje (utjecaj vjetra pogotovo južine, mirisne trave i bilje)
 - Građevinarstvo
 - Brodogradnja
 - Promet
3. Serijal će biti snimljen u 7 ili 8 epizoda, predviđenog trajanja 25-30 min po epizodi.
4. Cilj serijala je upoznavanje s potencijalom Hrvatske (naročito dosad neiskorištenim) kroz sve gore navedene djelatnosti, te promidžba lokalnih zajednica i njihovih malih i srednjih poduzetnika. Poseban naglasak će se staviti na ekologiju i očuvanje prirodnih dobara. Kroz odabrane teme moguće je predstaviti cijelu Hrvatsku i promovirati je na

razne načine.

Serijal će biti sniman u visokoj rezoluciji, posebna pažnja bit će posvećena kvaliteti slike i dinamici kako bi se privukao što veći broj gledatelja i time omogućio plasman na strane televizije, što bi dodatno pomoglo u promidžbi Hrvatske u svijetu.

Mediji i doseg:

Serijal će biti emitiran na HRT-u u sklopu znanstvenog programa. Očekivana gledanost takvog programa je oko 300.000 gledatelja.

Nakon HRT-a, za emitiranje je dogovorena i N1 televizija. Radi se o regionalnoj tv pod pokroviteljstvom američkog CNN-a koja je prisutna u Sloveniji, Srbiji, BiH i Makedoniji i obuhvaća 15 milijuna kućanstava.



6. Studijsko putovanje – latvijski turistički agenti

Ime i prezime agenata:

1	Latvia Tours	Natasa Stolarova
2	Estravel	Inuta Pokule
3	Jēkaba	Kristaps Veide
4	Kolumbs	Ieva Kreile
5	Explain	Marita Etkina
6	Astra Ture	Agnesa Jefimova
7	Vanilla	Ieva Siugale
8	Prieks Ture	Anita Brutāne
9	Impro	Anda Vīksna
10	Pegasus	Olga Sitova
11	Airtour	Nadežda Ovčaruka
12	Redline	Santa Grase
13	airBaltic	Dace Feldmane
14	HTZ	Paul Sikic
15		vozac

Ukupan broj osoba: 15

Fokus: studijsko putovanje za latvijske turističke agente u suradnji sa zrakoplovnom kompanijom Air Baltic koja ove godine leti iz Rige za Dubrovnik i Rijeku. Letovi za Rijeku će biti dva puta tjedno od 30. 5. do 23.9.2016.



7. Studijsko putovanje – Winfried Schumacher

Ime i prezime novinara: Winfried Schumacher

Ukupan broj osoba: 1

Mediji: *freelance* novinar koji piše za nekoliko njemačkih dnevnih novina i časopisa (Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Spiegel Online, Welt am Sonntag, Die Zeit, DB mobil, Geo Saison).

Distribucija: Njemačka

Doseg:

Spiegel online: 584.115.391 pregleda stranica / 126.645.022 posjeta

Sz.de: 118.626.577 pregleda stranica, 2.068.711 posjeta

Welt.de: 115.657.161 pregleda stranica, 40.777.139 posjeta

Naklada:

Süddeutsche Zeitung: 381.966

Die Zeit: 513.571

Die Welt: 203.134

Fokus: Croatia's unique nature and wildlife



8. Studijsko putovanje – Isabelle Alvaresse

Ime i prezime novinara: Isabelle Alvaresse

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: Telerama magazine

Distribucija: Francuska

Doseg:

Naklada:

Fokus: mogućnosti obiteljskog odmora



9. Studijsko putovanje – Ost Willy Arthur i De Prins Marleen Philomene H

Ime i prezime novinara: Ost Willy Arthur i De Prins Marleen Philomene H

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: Magazine "Kampeertoerist"

Distribucija: 10.000

Područje: Belgium-Flanders

Fokus: kampovi i turizam



10. Studijsko putovanje

Ime i prezime novinara: Nebojša Stijačić, HTV

Ukupan broj osoba: 4

Mediji: HTV – emisija, Alpe – Dunav - Jadran

Distribucija: Hrvatska i eurorazmjena (Austrija, Slovenija, Italija, Mađarska)

Doseg: 200.000 – 300.000 gledatelja

Naklada:

Fokus: otok Ilovik, običaji – način života, ljudi, kultura, znamenitosti, zanimljivosti

11. Studijsko putovanje – Lisa Stokes – The Spa Spy

Ime i prezime novinara: Lisa Stokes

Ukupan broj osoba: 1

Mediji: SpaSpy.co.uk and Huffington Post

Distribucija: Ujedinjeno Kraljevstvo

Doseg: Monthly unique browsers: 5,992,000

Naklada: on line

Fokus: Hoteli i spa i wellness ponuda na Lošinju



12. Studijsko putovanje – Le Figaro magazine

Ime i prezime novinara: Jean-Louis TREMBLAIS (VIP/Zlatna Penkala 2016) i Eric MARTIN (photographer)

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: Le figaro magazine

Distribucija: Francuska

Doseg: 406 000/week, 1,8 million readers

Fokus: 12 stranica o Lošinj



13. Studijsko putovanje – Dive magazine

Ime i prezime novinara:

1. Mark Russell
2. Jovana Milanko - fotografija i transferi
3. Dusan Brković - snimatelj, fotografija i transferi

Ukupan broj osoba: 3

Mediji: Dive magazine

Doseg: 180,000 pretplatnika. Najveći svjetski digitalni časopis posvećen ronjenju. SUBSCRIBERS. World's largest digital diving magazine

Fokus: RONJENJE i opća turistička ponuda, te gastro

14. Studijsko putovanje – „SAIL-HO! Croatia“ za Nautical channel

Ime i prezime novinara: Željko Stuić - producent

Ukupan broj osoba: 4

Mediji: Nautical channel; emisija TV serijala „SAIL-HO! Croatia“, najprestižniji svjetski TV kanal za nautičare i ljubitelje putovanja.

Doseg: emitira se u 44 zemlje svijeta na engleskom, njemačkom, francuskom i ruskom jeziku. Lošinj će biti predstavljen više od 100 milijuna gledatelja u slijedećim zemljama:

Europa (Austrija, Bjelorusija, Belgija, Bosna i Hercegovina, Cipar, Crna Gora, Češka, Danska, Estonija, Finska, Francuska, Grčka, Hrvatska, Irska, Italija, Lihtenštajn, Luksemburg, Mađarska,

Makedonija, Malta, Monako, Nizozemska, Norveška, Njemačka, Poljska, Portugal, Rumunjska, Rusija, Slovačka, Slovenija, Srbija, Španjolska, Švedska, Švicarska, Turska, Velika Britanija) Amerika (Francuski Antili, Francuska Gvajana, Haiti, Portoriko, Dominikanska Republika, Sjedinjene Američke Države, Surinam) Oceanija (Nova Kaledonija) Afrika (Angola, Gvineja Bisau, Mauricijus, Mozambik, Réunion, Sveti Toma i Princip, Zelenortska Republika)

Fokus: nautički turizam, gastro i turistička ponuda

15. Studijsko putovanje – Mail on Sunday

Ime i prezime novinara: John Stapleton and Lynn Faulds Wood

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: Mail on Sunday national newspaper

Distribucija: UK+ ostale europske zemlje

Doseg: cca 3.000.000

Fokus: putopisni editorijal “Kvarner...old and new glamour” – Opatija i Mali Lošinj Na inicijativu i u sklopu suradnje s PR kucom JB Consulting za područje Velike Britanije, te u suradnji s touroperatorom Prestige Holidays, na Kvarner dolaze novinari britanskih nacionalnih novina MAIL ON SUNDAY (naklada više od 3 miliona). Radi se o bračnom paru, koji su i samo vrlo popularni u svijetu britanskih medija, a u karijeri bilježe značajne interwieve s čak 11 britanskih premijera. Tema reportaze bit će „celebrity travel“.

16. Studijsko putovanje - Radio emisija – Sunce na prozorčiću

Ime i prezime novinara: Neven Čikara, Mirko Fodor, Andro Tomović

Ukupan broj osoba: 3

Mediji: HRT - Hrvatski radio 2.program

UREDNICI:

Neven Čikara, Mirko Fodor, Andro Tomović

AUTORI:

Neven Čikara, Mirko Fodor, Andro Tomović

Fokus: Sunce na prozorčiću je serijal emisija koje za cilj imaju turističku promociju različitih krajeva Hrvatske, prateći pritom važnija kulturna, umjetnička, gastronomska i zabavna zbivanja u pojedinim regijama.



17. Studijsko putovanje - Radio emisija – Sunčani sat

Ime i prezime novinara: Zlatan Skalicki

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: Hrvatski radio – 2. program – Radio emisija Sunčani sat

Urednik i voditelj: Zlatan Skalicki

Fokus: Sunčani sat traje više od 40 godina, a namijenjen je slušateljima kojima je putovanje stil života. U svojim najboljim godinama, emisija je poput starog vina - tradicionalno donosi odabrane stvari za odabrane slušatelje. Otkriva nove turističke potencijale, predstavlja novu ponudu u turizmu i slušatelju-namjerniku daje mogućnost da odabire svoje slijedeće destinacije za putovanja.

Predstavlja turističke vodiče, prati turističke priredbe i surađuje s glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice, a sudjeluje i u akciji 'Plavi cvijet'.



18. 3 Studijska krstarenja za strane agente i potencijalne partnere – Katarina line

Studijsko krstarenje za strane agente i potencijalne partnere – Katarina line

Popis sudionika i agencija:

Objekt: **MB AMALIA - Vessel, 23.8.**

Rbr	Br.Naj	Ime	Kol/Pax	Service	Napomena	Agencija
	5850/2016	Mirna Kresic Budimir & Beta Dosen	2	Study trip	Study trip, Amalia, 2 pax (1 FOC)	OVEST viaggi d.o.o
	5821/2016	Ivana Klaric Poljak + 1 pax	2	Study trip	Study trip, Amalia, 2 pax (1 foc), pax name TBA	Summer Breeze d.o.o.
	5887/2016	Nataša Perović & Sanja Dlouhy	2	Study trip	Study trip, Amalia, 2 pax (1 foc)	TRAVELANA
	5799/2016	Sandra Vukić, Tihomir Vukić & Reana Vukić	2	Study trip	Study trip, Amalia, 3 pax (1 foc), Reana Vukić (24.1.2004.)	KOMPAS ZAGREB dd
	5799/2016	Sandra Vukić, Tihomir Vukić & Reana Vukić	1	Study trip	Study trip, Amalia, 3 pax (1 foc), Reana Vukić (24.1.2004.)	KOMPAS ZAGREB dd
	5793	Ivana Marković & Mario Marić	2	Study trip	STUDY TRIP, OP-OP, 2 pax, 1 pax FOC	ADRIAGATE doo
	-	Zlatko Kukec	1	Study trip	Udruga nezavisnih putničkih agenata (UNPAH)	UNPAH
		UKUPNO	12			

EDUCATIONAL CRUISE MS AMALIA 23.8.2016			
Ime	Kol/Pax	Agencija	Država
Fabrizio Biasiol & Sabrina Mori	2	Delta del Po - Viaggi	ITALY
Andreja Gradišnik i Helena Bregar Šramar	2	TURISTIČNA AGENCIJA SONČEK doo	SLOVENIA
Čarna Miloš i Ingrid Miloš	2	Turistička agencija Partner, Partner d.o.o.	SLOVENIA
GIANLUCA MAGGIORI	1	VICUS NOVUS Agenzia Viaggi	ITALY
MONICA SPINELLO,	1	TRAVEL&BIKE	ITALY
Hans Muhlbauer + Frau Gerlinde Neuhierl	2	DMC-Reisen	GERMANY
Mr Severin Dorin & Mrs Severin Roxana	2	BELLE PLANETE	FRANCE
RAFAEL MARTIN TOSCANO & EDUARDO JAVIER GARCIA ESPEJO	2	ACONCAGUA TRAVEL AGENCY, CHEMITRADE, S.A.	ESPANOL
Mr Mauro Pinardi & Mrs Miriam Verzelloni	2	TRAVEL DESIGN STUDIO, VIAGGI A MISURA DI GRUPPO	ITALY
Silvana Dadić & Nikša Dadić	2	SD Holidays	GERMANY

Matthias Wend +1	2	Sachsen-Anhalt-Tours GmbH (SAT)	GERMANY
Sina Fleischmann & Massimo Galvanetto	2	FLEISCHMANN Omnibusbetrieb	GERMANY
Fabrice NOYELLE & Nicole NOYELLE	2	BAV Events, Bien Aimer Voyager	FRANCE
INGRID DESCH	1	Reiseagentur Desch	GERMANY
Miss Jessica Richmond & Mr Jamie Drayson	2	Prestige Flights Ltd	UK
Dzakhoeva Marianna	1	Gazprom StroyTEK Salavat	RUSSIA
Katarina Line goran Biljakovic	1		
	29		

EDUCATIONAL CRUISE MS DALMATIA 29.8.2016.			
Ime	Kol/Pax	Agencija	Država
Carmen Gancev	1	Kuoni Group Travel Experts	UK
Jeanette Bigby x Henry Bigby	2	HOLIDAYS UNLIMITED	SOUTH AFRICA
Karolina Hilgarth & Helmut Greif	2	ICS Incentive & Congress Service GmbH München	GERMANY
Romy Coppieters & Jan Van troyen	2	ANTWERP CRUISE CENTER – DEWI TRAVEL	BELGIUM
Andreas Thrane x 2	2	KILROY Denmark A/S	DENMARK
Petra Dimnik Kranjc x 2	2	EKORNA	SLOVENIA
Claudia Huttegger & Christian Humer	2	THV-Reisen GmbH	AUSTRIA
Francisco Gutierrez	1	VIAJES TR (TRIP ROAD)	ESPANOL
Maryna Halavach	1	Unica-Travel ltd.	BELARUS
Volha Husarava	1	Sapfir-Tour ltd	BELARUS
Paul de Bruyn x 15 pax	15	Classix cruises	BELGIUM
Mr. Louis Gervais & Mrs. Valerie Gagnon	2	RCG TOURS INC.	CANADA
Katarina Line	2		
UKUPNO	35		

Popis sudionika i agencija:
Fokus: turistička ponuda Lošinja

19. Studijsko putovanje – švedska novinarka

Ime i prezime novinara: Elisabet Axas – ovogodišnji kandidat za Zlatnu penkalu

Ukupan broj osoba: 1

Mediji: vodič o Hrvatskoj; kraće reportaže u “Allt om Resor” -

<http://www.expressen.se/allt-om-resor/>

Edicija: 27 300; + Expressen online, Mobile

Doseg: 269 000; + Expressen Online : 2. 951. 244; Info at:

<http://annonswebb.expressen.se/TopMenu/InEnglish.aspx>

Distribucija: Švedska

Fokus: delfini, miomirisno bilje i biljni proizvodi. (Poludnevni) susret s vodičem/predstavnikom TZ, u utorak 06.09.2016. uključuje informacije o najboljim restoranima, barovima, shoppingu i sl. (osim klasičnog razgleda).

Novinarku zanimaju najbolje plaze na Lošinju, te tipičnosti za svako mjesto na otoku, s posebnim naglaskom na prirodu i životinje - na delfine. Ne želi cjelodnevni razgled nego “Introduction to the Island”.



20. Studijsko putovanje – Sabine Mattern

Ime i prezime novinara: Sabine Mattern

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: Fr. Mattern plant Reisereportagen in Saarbrücker Zeitung, Kulturmagazin Potsdamlife und ev. Berliner Morgenpost/Hamburger Abendblatt/WAZ

Fokus: Miomirisni otočni vrt; dupini na Lošinju i Plavi svijet, Apoksiomen i Muzej Apoksiomena

Kontakt osoba na Lošinju: Zrinka Badurina, stručni suradnik TZGML



21. Studijsko putovanje – Lucia Prokasky

Ime i prezime novinara: Lucia Prokasky

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: Reise Motorrad, special-interrest Magazin, čitateljstvo više platežne moći
<http://www.reisemotorrad.de/magazin/ride+on/>

Fokus: obilazak otoka motociklom

22. Studijsko putovanje – švedski novinari

Ime i prezime novinara: Mrs. Elisabet Garcia Dahlbäck & Mr. Bengt Inge Eliason

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: RES, Allt om Resor, Be Inspired & Travel

Distribucija: Švedska

Doseg: 86 000 + 276 000

Naklada: 23 000 + 38 600

Fokus: Skriveni dragulji Lošinja



23. Studijsko putovanje – francuske novinarke

Ime i prezime novinara: Sophie Wanda Nicole Massalovitch (novinarka), Johanna Bastide Pesendorfer (fotografkinja)

Ukupan broj osoba: 2

Mediji: AVANTAGES magazine

Distribucija: Francuska

Doseg: 86 000 + 276 000

Naklada: 419 783 primjeraka mjesečno; 1 693 000 čitatelja

Fokus: Kvarner kao najbolje čuvana tajna Hrvatske



24. Studijsko putovanje – američka novinarka

Ime i prezime novinara: Kristin Anne Vukovic

Ukupan broj osoba: 1

Mediji:

1. Organic Spa Magazine
2. Culture Cheese Magazine

Distribucija: United States (national)

Doseg i naklada:

Organic Spa Magazine total audience: 1,830,000 (mediakit.organicspamagazine.com/circulation)

Culture is America's #1 cheese magazine.

Fokus: Food & Wine, Wellness, Losinj - destinacija zdravlja i vitalnosti





25. Studijsko putovanje agenata iz USA - 12 + Ina Rodin, direktorica HTZ New York + vozač =

14 pax

Ime i prezime novinara:

Name	Agency
Michelle Lynn Jaykus Peck	Cruise and World Travel
Carol Ann Brazeau	Travel Experts, Inc.
Shelly Lynne Lynch	Great Getaways Travel
Sarita Chhabra	YOUR TRAVEL CENTER
Joy Ann Lingerfelt	The Travel Society, LLC
Gloria Jean Smith	ODYSSEY TRAVEL
Kim Ann Davis-Smith	Posh Travel

Anastasia Regas Stone	SmartFlyer
Seth Lawrence Apper	New Act Travel
Kerry Morrison Myerson	Protravel International
Xabier Eugern	Virtuoso-coordinator
Peter Rumm	Virtuoso-film producer
INA RODIN	HTZ New York

Izdvojeno iz najave:

„U tijeku je planiranje Virtuoso studijskog putovanja u listopadu i snimanje dokumentarnog filma o Hrvatskoj (destinacijski film i film za trening Virtuoso agenata). Producirat će se dva filma - Pete Rumm, snimatelj, ce biti u mogućnosti intervjuirati naše dobavljače i Virtuoso agente tijekom boravka u Hrvatskoj. U slučaju Kvarnera, nisu prisutni Virtuoso preferencijalni partneri pa smo izabrali Lošinj Hotels & Villas Resort (nadamo se da će uskoro postati članica Virtuosa) koji ce omogućiti besplatni smještaj za agente (čeka se potvrda za predloženi datum).

Sto se tiče snimanja filma, **molila bih vas da jedna osoba iz ureda bude na raspolaganju Peteu i da se unaprijed dogovorimo koje znamenitosti bi snimio uz ostale sadržaje navedene u itinereru (hotel, restorani, ulice, ljudi, itd.) te za koje treba ishoditi dozvole za snimanje.**“

Naglasak je na temu miomirisni otok, Apoksiomen i destinaciju zdravlja.....

Ukupan broj osoba: 14

Naklada: 419 783 primjeraka mjesečno; 1 693 000 čitatelja

Fokus: miomirisni otok, Apoksiomen i destinaciju zdravlja





26. Radio emisija – Sunčani sat

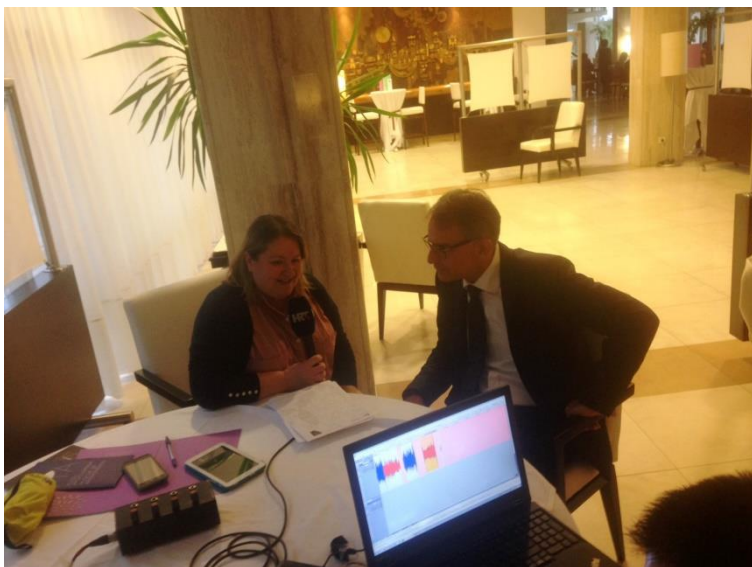
Ime i prezime novinara: Zlatan Skalicki

Ukupan broj osoba: 3

Mediji: Hrvatski radio – 2. program – Radio emisija Sunčani sat

Urednik i voditelj: Zlatan Skalicki

Fokus: Sunčani sat traje više od 40 godina, a namijenjen je slušateljima kojima je putovanje stil života. U svojim najboljim godinama, emisija je poput starog vina - tradicionalno donosi odabrane stvari za odabrane slušatelje. Otkriva nove turističke potencijale, predstavlja novu ponudu u turizmu i slušatelju-namjerniku daje mogućnost da odabire svoje slijedeće destinacije za putovanja. Predstavlja turističke vodiče, prati turističke priredbe i surađuje s glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice, a sudjeluje i u akciji 'Plavi cvijet'.



Ukupno novinara: 96
Ukupno agenata: 106
Sveukupno u 2016.: 202
Sveukupno u 2015.: 48
Index: 420,9

4.5. TZG Malog Lošinja je sklopila Ugovor za izradu nove press mape.

4.6. Sufinancirana je 17. lošinjska škola prirodnih i ljekovitih činitelja i lječilišne medicine pod nazivom Hrvatska, prevencijom do zdravlja i vitalnosti – Veli Lošinj 02.-03.09-2016.

TZG Malog Lošinja je sudjelovala na HTI Conference u Beču od 03.-04.03.2016. zakupom štanda od 6 m2. HTI Konferencija zdravstvenog turizma pozicionirala se na mapi svjetskih skupova zdravstvenog turizma.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja je pripremala materijale za kongrese i susrete organizirane na području grada Malog Lošinja na poziv i uz suradnju članica.

5. INTERNI MARKETING

5.1. Edukacija

- Sufinancirani su tečajevi stranih jezika za iznajmljivače u suradnji sa školama stranih jezika, Agencija Cappelli i Agora – ukupno 20 iznajmljivača
- Nastavljen projekt Kartice za iznajmljivače – pogodnosti pri opremanju apartmana i soba, popusti pri kupnji različitih proizvoda i korištenja usluga, uključuju se novi partneri
- Sufinanciranje aktivnosti i programa Srednje škole Ambroza Haračić i Osnovne škole Mario Martinolić

U Osnovnoj školi Maria Martinolića u Malom Lošinjju održan je **Apoksiomenov doručak**, s ciljem poticanja svijesti o važnosti zdrave prehrane učenika, njihovog upoznavanja s antičkim gastro delicijama i namirnicama koje se i danas koriste u mediteranskoj prehrani.

Apoksiomenova marena dio je projekta Grada Malog Lošinja i Turističke zajednice Grada Malog Lošinja 'Apoksiomen na otoku vitalnosti', a ujedno i najava otvorenja Muzeja Apoksiomena.

U pripremi Apoksiomenove marenade pomogao je poznati lošinjski kuhar Adrijano Nikolić i autor knjige Apoksiomenova gastronomska priča, ugostitelji Srednje Škole Ambroza Haračića na čelu s profesorom Ivanom Lukićem te Lošinj Hotels & Villas, a s učenicima su se družili ravnateljica Osnovne škole Maria Martinolića Olivela Franko i ostali školski djelatnici, zamjenica gradonačelnika Grada Malog Lošinja Ana Kučić i direktorica Turističke zajednice Grada Malog Lošinja Đurđica Šimičić.

Sufinancirana je monografija o Ambrozu Haračiću –Srednja škola Ambroz Haračić

- Sklopljen ugovor s Adrijanom Nikolićem vezano za organiziranje i održavanje 6. Adrijanove miomirisne kuhinje, poticanje i uvođenje inovacija u kulinarstvu na temu Apoksiomenova antička kuhinja, istraživanje analiza i prezentacija antičke kuhinje, davanje receptura prema potrebama svakog ugostitelja.
- S Plavim svijetom, Institutom za istraživanje i zaštitu mora sklopljen Ugovor o sufinanciranju marketing promocije Plavog svijeta Veli Lošinj i oporavilišta za morske kornjače Plavog svijeta Mali Lošinj.
- Mala škola baštine – sufinancirane edukativne radionice iznajmljivača i predstavnika članica TZG Malog Lošinja osmišljenih da zainteresiranima pruže detaljnije informacije o pojedinim temama iz prirodne i kulturno-povijesne baštine cresko-lošinjskog otočja.
- Sufinancirana edukacija iznajmljivača na 4. Inovativnom forumu iznajmljivača koju je vodila Anamarija Cicarelli na temu tematiziranje apartmana, radionice održane u Malom Lošinjju, Velom Lošinjju i Nerezinama

- I ove godine smo dodijelili zahvalnice dugogodišnjim gostima kojima smo uručili prigodne poklone (fotomonografiju Marka Vrdoljaka, prirodnu lošinjsku kozmetiku, aromalampice, zdjele maslinovo drvo, Kapetanska torta...)- suvenire uz zahvalnicu;

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja već godinama nagrađuje vjerne, dugogodišnje posjetitelje na otoku vitalnosti.

- Još daleke 1966. godine braća Giacomo i Angelo Ciceri iz Milana prvi su put posjetili Lošinj, a ove godine zabilježili su 50 godina vjernosti prema Lošinju.



- Već 25 godina Drigo Michele i Zampese Loredana iz talijanskog gradića Portoguaru dugogodišnji su posjetitelji i zaljubljenici u otok Lošinj.



- Lošinjske čari već trideset godina motiviraju Edit i Karla Heinza Weimera iz Munchena da redovno dva puta godišne posjećuju otoku vitalnosti.



- Još davnih 80- ih godina **Caltran Edoardo** zajedno sa svojom braćom uputio se u potragu za budućim ljetovalištem. Prošavši Istru te otok Cres, upravo na Lošinju pronašli su svoje idealno mirno mjesto koje sljedećih 35 godina Edoardo zajedno sa svojom obitelji posjećuje .



Ukupno ostvareno 5.1: 60.955,41 KN

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

I ove godine provelo se mjerenje kvalitete usluge na razini lošinjskog arhipelaga. Nastavljen je ugovor s Herakleom d.o.o. , agencijom za tajno kupovanje u Hrvatskoj, o mjerenju kvalitete usluge na razini lošinjskog arhipelaga.

Tajni gost na Lošinju predstavlja inovativan koncept mjerenja koji su Turistička zajednica Grada Malog Lošinja i Heraklea razvili po uzoru na svjetske trendove u **svrhu brendiranja destinacije i poboljšavanja te pružanja potpune usluge gostima od trenutka dolaska na destinaciju.**

Na temelju izvještaja svojih mjerenja, Heraklea izrađuje savjete kako svaki uključeni subjekti mogu unaprijediti uslugu, kao i pregled aktivnosti koje je potrebno provesti za napredak u kvaliteti. Mjerenjem kvalitete usluge, tajni gosti nam pomažu ukazati na potencijalne nedostatke i konstantne mogućnosti napredovanja kako bi naši gosti primijetili promjenu u kvaliteti, kreativnosti i konkurentnosti Lošinja na turističkom tržištu te bili zadovoljni pruženim uslugama.

Na zahtjev Turističke zajednice grada Malog Lošinja, Heraklea d.o.o. je organizirala posjet tri para tajnih gostiju navedenoj destinaciji, i to u tri vala. Prvi val je odrađen u lipnju, drugi u srpnju, a treći u kolovozu.

Cilj mjerenja je bio provjera kvalitete usluge pružene turistima koji posjećuju Mali Lošinj, prikazom stanja objekata te izvedbe njihovih djelatnika tijekom turističke sezone, metodama posjeta, poziva te e-mail upita. Također, napravljena je usporedba rezultata s prethodnim valom.

Tijekom šestog mjerenja kvalitete usluge, **u sezoni 2016. godine**, na lokacijama u Malom Lošinju, ostvaren je ukupan rezultat od **82,12%**, odnosno poštivano je više od četiri petine zadanih standarda kvalitete usluge.

Gledajući kategorije, najviše je standarda poštivano u kategoriji **Wellness**, gdje je ostvaren rezultat od **98,77%**. S najviše područja za unapređenje istaknula se kategorija **Poziv**, gdje je poštivano tek nešto više od tri četvrtine zadanih standarda, **77,25%**.

Uspoređujući potkategorije, najviše su se istaknule potkategorije **Prostor** i **Tretman** gdje su **poštivani svi očekivani standardi** kvalitete usluge.

Uspoređujući rezultate mjerenja kvalitete usluge u ovoj sezoni s prethodnom godinom, možemo primijetiti **porast u ukupnom rezultatu** u odnosu na sezonu 2015. u mjeri od **1,35 postotnih poena**. Rezultati su u odnosu na prethodno mjerenje slabiji samo u jednoj kategoriji, odnosno u kategoriji **Posjeta**, i to za **0,41 postotni poen**. Najveće je poboljšanje u kvaliteti usluge zabilježeno u kategoriji **e-mail upita**, gdje je rezultat u odnosu na prošlu godinu bolji za **6,09 postotnih poena**.

Najbolji je rezultat ostvaren u prvom valu posjeta, u **lipnju**, kada je poštivano **83,71%** zadanih standarda kvalitete usluge.

U drugom valu posjeta, u **srpnju**, zabilježen je najveći prostor za poboljšanje, budući da je u tom valu poštivano **79,67%** zadanih standarda kvalitete usluge. U **kolovožu**, odnosno u trećem valu posjeta poštivano je **83,40%** zadanih standarda.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja svakodnevno ažurira turističke i promotivne informacije i ponudu na svojim digitalnim platformama. Učestale su objave na web stranici *Visit Losinj* te facebook stranici *Losinj- Island of Vitality*, kao i objava fotografija na Instagramu *visitlosinj*. Uz svakodnevnu korespondenciju i pravovaljano odgovaranje na upite putem maila, Turistička zajednica svojim iznajmljivačima i partnerima u destinaciji šalje informativne newslettere.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja četvrtu godinu za redom provodi **online anketu o zadovoljstvu** gostiju boravkom na otoku Lošinj. Cilj ankete je da se dobivenim odgovorima unaprijedi usluga i poboljša kvaliteta boravka gostiju u destinaciji.

U 2016. godini nastavlja se provođenje online anketa o zadovoljstvu gostiju boravkom na Lošinj u uredu Turističke zajednice i turističkom uredu na Susku.

S TZ Kvarnerom sklopljen je Ugovor o udruživanju novčanih sredstava radi sufinanciranja kampanje oglašavanja s avio prijevoznicima u 2016. godini. TZG Malog Lošinja je preuzela cjelokupni iznos i za gospodarstvo tako da obveza iznosi 83.102,90 kn.

S TZ Kvarnera sklopljen Ugovor o suradnji na realizaciji Kvarner Magazina u 2016. s ugovornom PR agencijom za njemačko govorno područje, A.R.T. 2016. godinu Redaktionsteam Public Partnership – dr. Neuhuber. Magazin će biti objavljen u nakladi od 20.000 primjeraka.

Sklopljen je Ugovor s TZ Kvarnerom o suradnji na realizaciji Marketing plana Kvarnera s ugovorenim PR agencijama za 2016. godinu obuhvaća PR aktivnosti za Njemačku, Austriju i Švicarsku u suradnji s tvrtkom A.R.T. Austria Redaktionsteam Public Partnership i to kroz sudjelovanje na press konferenciji ITB Berlin, organizaciju i prihvata grupnih i individualnih press putovanja, te godišnji newsletter, zatim PR aktivnosti za Veliku Britaniju (Julija Berg Consulting) , prihvata i organizaciju studijskih putovanja novinara i agenata.

S Medianetom i Presscutom smo nastavili ugovor o praćenju objave svih članaka i analitičke obrade medijskih objava o Malom Lošinj u tiskovnim medijima koji je bio sklopljen do 01.06.2016. ove godine.

Vrijednost objava u medijima za razdoblje: 1.1.-1.6.2016

Analiza novina po učestalosti i pokrivenosti; Razdoblje : Obrada članaka 1/1/2016 do 1/6/2016;

Grafovi

Učestalost	Pokrivenost	Novine	Frekvencija objava	Površina	Vrijednost
Total			920,00	783.902,60	16.298.600,00
Dnevna			667,00	450.096,20	9.255.863,00
	Nacionalna		571,00	351.018,20	8.425.342,00
		24 sata večernje izdanje	17,00	12.157,76	749.282,80
		Glas Slavonije	13,00	8.419,89	90.345,41
		Jutarnji list	22,00	21.806,38	799.432,80
		Jutarnji list večernje izdanje	29,00	20.027,79	734.228,80
		Novi list	398,00	227.980,70	4.048.938,00
		Poslovni dnevnik	14,00	5.614,24	108.354,80
		Slobodna Dalmacija	29,00	22.686,62	614.948,10
		Sportske novosti	5,00	2.589,44	34.288,59
		Večernji list - Hrvatska	40,00	27.020,13	1.134.035,00
		Večernji list	4,00	2.715,26	111.488,60
	Regionalna		96,00	99.077,94	830.520,50
		Glas Istre	57,00	56.826,46	642.576,60
		Jutarnji varaždinski	2,00	527,49	2.637,45
		Večernji list Karlovac	2,00	581,24	6.335,52
		Zadarski list	35,00	41.142,75	178.971,00
Dvomjesečna			32,00	32.192,37	468.148,70
	Nacionalna		32,00	32.192,37	468.148,70
		Aerosvijet	1,00	252,22	5.296,62
		Biker	1,00	1.012,02	17.426,98
		Croatian Traveller	1,00	1.181,46	21.845,20
		GO OUT!	2,00	1.455,50	16.097,83
		INBAR	1,00	82,76	413,80
		People Outdoors (HRV)	3,00	1.506,04	0,00
		Restaurant & hotel	4,00	2.761,58	38.054,57
		Suvremena trgovina	2,00	4.033,14	70.095,97
		tipTravel	3,00	4.954,32	116.295,20
		Turizam info	12,00	10.648,54	182.622,50
		Yachts Croatia	2,00	4.304,79	0,00

Dvotjedna		9,00	7.544,50	58.257,09
	Lokalna	3,00	307,40	694,72
	Vukovarske novine	3,00	307,40	694,72
	Nacionalna	3,00	4.799,96	51.193,07
	Otvoreno more	1,00	2.367,96	31.493,87
	Vijenac	2,00	2.432,00	19.699,20
	Regionalna	3,00	2.437,14	6.369,30
	Moslavački list	2,00	1.001,14	4.445,06
	Otok Ivanić	1,00	1.436,00	1.924,24
Godišnja		1,00	463,20	5.563,03
	Nacionalna	1,00	463,20	5.563,03
	Privredni vjesnik - poslovna očekivanja	1,00	463,20	5.563,03
Kvartalna		11,00	26.276,12	535.784,10
	Nacionalna	7,00	19.862,54	407.512,50
	Gospodarstvo i održivost	2,00	1.938,68	9.693,40
	Hrvatska revija	1,00	4.142,90	82.526,56
	Hrvatska vodoprivreda	2,00	4.703,03	70.545,45
	Kontura	1,00	2.099,82	27.309,21
	Scuba life	1,00	6.978,11	217.437,90
	Regionalna	4,00	6.413,58	128.271,60
	Zeleno i plavo	4,00	6.413,58	128.271,60
Mjesečna		69,00	110.181,70	2.635.720,00
	Interno glasilo	2,00	6.879,88	73.960,75
	Građevinar	1,00	6.386,34	72.293,38
	Končarevac	1,00	493,54	1.667,38
	Lokalna	5,00	2.863,02	51.111,63
	Jaska danas	1,00	244,31	1.221,55
	Opatija	2,00	1.044,19	5.220,95
	Zagreb moj grad	2,00	1.574,52	44.669,13
	Nacionalna	58,00	96.931,14	2.454.641,00
	Aktuell	1,00	157,39	6.464,01
	Bravacasa	1,00	1.171,25	41.813,63
	Dobra kob	1,00	829,31	5.943,83
	Elle	3,00	5.733,32	337.736,70
	Elle Decoration	1,00	579,97	23.810,44
	Forbes	2,00	9.478,40	427.465,40
	Grazia	2,00	1.918,44	95.634,23
	HAK REVIJA	1,00	311,46	9.798,53
	Hrvatski umirovljenički list	1,00	347,19	2.499,77
	Jutarnji list - Like!	1,00	198,93	7.292,77
	Lider - Trend	1,00	1.299,53	44.417,94
	Lijepa & aktivna	1,00	43,34	884,51
	Ljepota & zdravlje	1,00	674,05	17.660,11
	Maslinar	1,00	1.654,23	21.074,89

IZVJEŠĆE O OSTVARENJU PROGRAMA RADA TZG MALOG LOŠINJA ZA 2016.GOD.

	Lijepa & aktivna	1,00	43,34	884,51
	Ljepota & zdravlje	1,00	674,05	17.660,11
	Maslinar	1,00	1.654,23	21.074,89
	Meridijani	1,00	670,34	12.468,33
	More magazin	13,00	31.395,12	732.705,60
	Nova BURZA NAUTIKE	3,00	8.264,89	112.237,20
	Poduzetnik	2,00	2.461,06	21.411,22
	Poslovni savjetnik	1,00	1.727,96	54.806,91
	Praktični ribolov	2,00	4.954,82	24.774,10
	Prilika	1,00	2.002,68	10.013,40
	Professional FMCG	1,00	1.425,35	7.126,75
	Satovi	1,00	3.344,96	83.389,85
	Sensa	2,00	256,71	12.183,58
	slano&slatko	1,00	573,53	16.494,72
	Slobodna Dalmacija - moj Apartman	1,00	273,79	7.421,41
	Telegram	1,00	3.420,44	44.910,38
	UT magazin	3,00	4.408,30	52.282,44
	Večernji list - Moje zdravlje	2,00	2.943,91	123.555,90
	Vidi	1,00	1.162,73	35.312,11
	Wellbis	2,00	2.627,42	35.995,66
	Zdrave vijesti	2,00	620,32	25.054,72
	Regionalna	4,00	3.507,70	56.006,80
	30 dana	1,00	555,80	2.000,88
	BIZdirekt - središnja Hrvatska	2,00	2.851,95	52.732,55
	Labinština.info	1,00	99,95	1.273,36
Polugodišnja		11,00	21.725,49	0,00
	Nacionalna	11,00	21.725,49	0,00
	CHT magazin za zdravstveni turizam	11,00	21.725,49	0,00
Povremena		2,00	390,16	23.386,35
	Nacionalna	2,00	390,16	23.386,35
	Gloria Glam	2,00	390,16	23.386,35
Tjedna		118,00	135.032,90	3.315.880,00
	Lokalna	4,00	2.215,21	12.594,63
	Bjelovarac	1,00	705,24	3.385,15
	Glas Grada	1,00	236,03	3.540,45
	Šibenski list	2,00	1.273,94	5.669,03
	Nacionalna	77,00	104.201,30	3.143.024,00
	24 sata - in & out	1,00	260,38	16.047,22
	24 sata - skuhatčute	1,00	505,98	31.183,55
	24express	1,00	1.108,80	53.045,00
	7 Dnevno	2,00	5.065,38	117.516,80
	Du list	1,00	1.071,60	13.652,18
	Glas koncila	9,00	4.612,43	18.080,73

Globus	6,00	6.695,63	376.562,30
Gloria	7,00	10.821,29	644.083,20
Hrvatski tjednik	3,00	1.702,26	21.720,84
Hrvatski vojnik	1,00	2.305,30	17.750,81
Hrvatsko slovo	8,00	6.206,78	49.654,24
Jutarnji list - Gloria IN	2,00	1.459,39	53.501,96
Lider	9,00	38.463,35	1.314.677,00
Lisa	2,00	1.683,54	55.259,00
Mali Podravski	1,00	1.200,74	15.297,43
Nacional	6,00	8.407,57	194.458,70
Privredni vjesnik	12,00	6.774,91	81.366,67
Školske novine	3,00	2.239,24	16.883,87
Telegram - T2	1,00	3.445,07	45.233,77
Večernji list - EKTRAN	1,00	171,66	7.048,36
Regionalna	37,00	28.616,37	160.261,30
7 Plus Regionalni tjednik	3,00	1.419,69	21.087,79
Dubrovački vjesnik	1,00	1.010,90	6.835,40
Makarska kronika	1,00	1.182,25	7.318,13
Međimurje	3,00	553,96	2.692,25
Međimurske novine	4,00	1.477,02	6.425,04
Narodni list	4,00	5.460,35	24.243,96
Podravski list	4,00	8.155,04	45.342,02
Posavska Hrvatska	1,00	645,66	2.376,03
Varaždinske vijesti	8,00	3.596,72	18.432,47
Vinkovački list	4,00	1.861,00	3.480,07
Začorski list	4,00	3.253,78	22.028,09

9. TRANSFER U PRORAČUN GRADA 30 % BORAVIŠNE PRISTOJBE**1.852.169,52 KN****UKUPNO RASHODI 7.914.230,09 kn****Vođenje poslova turističke zajednice**

Održano je **7 sjednica Turističkog vijeća** u razdoblju 2016. godine.

Na 17.sjednici Turističkog vijeća TZG Malog Lošinja održanoj 04.05.2016. jednoglasno je usvojena Odluka da će osoba za zastupanje Turističke zajednice Grada Malog Lošinja u narednom razdoblju od 16.05.2016. biti Predsjednik TZG Malog Lošinja Gari Cappelli do izbora novog direktora Turističkog ureda TZG Malog Lošinja.

Od 22.listopada 2016. kada je dosadašnji Predsjednik TZG Malog Lošinja Gari Cappelli preuzeo funkciju ministra turizma, funkciju Predsjednice TZG Malog Lošinja preuzima Ana Kučić obzirom na funkciju zamjenice Gradonačelnika i obnašanje dužnosti gradonačelnika Grada Malog Lošinja od 21.10.2016.

Održane su dvije sjednice Skupštine TZG Malog Lošinja. (ožujak i prosinac)

Održane su dvije sjednice Nadzornog odbora (ožujak, studeni)

Turistički ured je provodio zadatke utvrđene Programom rada TZG Malog Lošinja za 2016.godinu.

Obavljani su stručni i administrativni poslovi, pravni, financijski, kadrovski i opći poslovi, evidencije.

Izrađivala su se razna izvješća, press izvješća, informacije i drugi materijali za potrebe tijela Turističke zajednice.

Svim drugim zainteresiranim subjektima pruženi su odgovori i stručna mišljenja iz djelokruga rada Turističke zajednice.

Turistički ured obavljao je i druge poslove, surađivao sa svim članicama, Gradom, TZ Kvarnerom, HTZ-om, Ministarstvom turizma, Carinskom upravom i svim drugim institucijama.

Tekući projekti i koordinacije:**Suradnja s TZ Kvarnerom****Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. godine - Situacijska analiza**

Održane su dvije radionice u Turističkom uredu Mali Lošinj na kojima su bili predstavnici članica TZG Malog Lošinja, hotelijeri, kampovi, agencije, ugostitelji.

- 16.03.2016.

- 17.05.2016.

Radionice je vodio istraživački tim sastavljen od predstavnika Instituta za turizam i Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. Održane su prezentacije od strane istraživačkog tima, za kojom je slijedila rasprava s dionicima.

U raspravi istaknuto:

- Prometna povezanost – zračna luka
- Lošinj i Cres bi trebali biti jedno područje, dolazak Apoksiomena poveznica za oba otoka
- Problem kadrova u Srednjoj školi -ugostitelji, prijeti gašenje odjela, kadrovi ne mogu odgovoriti na moderne potrebe gastronomije, potrebna sprema Grada i Srednje škole
- Bolje veze s Italijom
- Uvesti red kod branja samoniklog bilja,
- Pojačati rad komunalnih redara – bicikli i motori po pješačkoj zoni
- Zdravstvo -rad hitne službe
- Loše stanje prometnice Nerezine-Osor, opasnost biciklisti na cesti, potrebna biciklistička staza uz cestu
- Povezanost otoka, Lošinjska plovidba -Turizam će biti portmanager za liniju s Italijom katamaranom – Mali Lošinj -Pesaro

Obrađeno je ukupno 200 anketa, uslijedila je izrada skice strategije i javna rasprava u mjesecu kolovozu. Plan usvojen u listopadu.

Izdvojeno iz Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera;

1. Naši prvotni prijedlozi korekcija u poglavlju Resursno atrakcijskih osnova su uvaženi (Apoksiomen -međunarodna važnost, dok je zamijenjena važnost cjeline Osora i Suska, Susak je označen kao M umjesto Osora)
2. Kvarnerske regije - izdvojeni Gorski kotar, gradovi i otoci Krk, Rab, Cres, Lošinj kao **Lošinjski arhipelag**
3. Kvarner se promovira kroz dobre osjećaje, brand Lošinja predstavljen kao vitalnost savršenog otoka Lošinja , Lošinj pozicioniran – klimatski savršen, prirodan, kozmopolitski
4. Zdravstveno turistička ponuda – kao destinacije s najdužom tradicijom zdravstvenog turizma spominju se Opatija i Crikvenica, **Lošinj u 2017. obilježava 125 godina zdravstvenog turizma**
5. Ključni atributi pozicioniranja Kvarnera prema ciljnom segmentu – navedeni različiti itinereri (Antička baština) uključiti i **Kulturne ture s posjetom Muzeju Apoksiomena**
6. U ključnim podražavajućim mjerama, projektima uključen golf Lošinj -Punta Križa , Zračni promet -produljenje piste

Suradnja s UNWTO

Case study za:

1. Za potrebe UNWTO-a, od Turističke zajednice Grada Malog Lošinja tražilo se da napišemo **case study o strateškom planiranju**. U toj temi, napisan je case study o održivom turizmu Grada Malog Lošinja kao primjeru dobre prakse. Napisani su svi projekti i podprojekti održivog razvoja, rezultati , koji su sve uključeni partneri te do kojeg je stupnja svaki projekt do sada izrealiziran.

2. Za potrebe Globalnog izvještaja **o gastronomskom turizmu** kojeg pripremaju UNWTO-ove članice, Turistička zajednica Grada Malog Lošinja, kao prošlogodišnja dobitnica UNWTO- ove Ulysess nagrade za inovacije, pozvana je podnijeti svoj izvještaj na području Gastronomskog turizma i to kroz poglavlje 5 - Praksa i vještine u gastronomskom turizmu.

Osvrnuli smo se na Apoksiomenovu gastronomsku priču kao primjer povezivanja gastronomije s ostalim oblicima turističke ponude, koji zajedno tvore novi turistički doživljaj kulturnog, ali i eno-gastro turizma. Na ovaj način stvara se tzv. „win-win“ situacija između kulturne ustanove Muzeja Apoksiomena i destinacije, a posjetitelj destinacije ima mogućnost uživati u novostvorenim turističkim doživljajima, čiji je dio i gastronomija koja kroz nepce priča novu priču o Apoksiomenu.

3.Za potrebe UNWTO-a i Globalnog izvješća - Visitor Experience Managment, Turistička zajednica Grada Malog Lošinja podnijela je Case study na temu: „**Major challenges in Visitor Experience Development**“.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja već niz godina provodi on line ankete o zadovoljstvu gostiju na Lošinju te putem tih anketa dobivamo povratnu informaciju od gostiju koja nam služi da daljnji rad i stvaranje programa. Kroz članak je opisan način provođenja anketa, struktura anketa te koja je svrha samog prikupljanja informacija od strane gostiju i na taj način kako se upravlja destinacijom i zadovoljstvom gostiju.

Grad Mali Lošinj i Turistička zajednica Grada Malog Lošinja među prvima u Hrvatskoj sudjeluju u projektu Europske komisije: **ETIS - Europski sustav pokazatelja za turizam za održiva odredišta.**

Lošinj je uz 100 destinacija Europe, a među prvima u Hrvatskoj u pilot fazi projekta ETIS.

Indikatori koji se mjere postaju službeni set pokazatelja Europske komisije za održivi razvoj destinacije.

Europska je komisija osmislila proces Europskog sustava pokazatelja za turizam za održiva odredišta kojima se upravlja na lokalnoj razini, a namjenjen je za praćenje, upravljanje i jačanje održivosti turističkog odredišta. Niz od 27 glavnih i 40 izbornih pokazatelja korisno je sredstvo za praćenje rezultata, donošenje boljih upravljačkih odluka i utjecanje na odgovarajuće politike odredišta. Zanimljivo je da je Lošinj uz obvezne počeo mjeriti i neobavezne indikatore i u vrstio ih u temeljni dokument -mjeri se gotovo sve što je mjerljivo u destinaciji! Naravno, dokument Održivosti otoka vitalnosti će se kontinuirano dopunjavati novim parametrima.

28.11.2016. Bruxelles, održan je konstituirajući sastanak u prostorijama NECSTouR-a gdje su prisutne ETIS destinacije (i Mali Lošinj) raspravljale o daljnjem radu ETIS-a i konstituiranja njegovih odbora. Mali Lošinj pristupio je NECSTouR-u kao pridružena članica što je prvi korak stvaranja ETIS Odbora (ETIS COMMITTEE) preko kojeg će ETIS destinacije moći djelovati, nastaviti svoju misiju te komunicirati s Europskom komisijom. UZ ETIS Odbor gdje su prisutne sve članice, stvorit će se i uži Odbor od 5 do 7 članova gdje se i Mali Lošinj prijavio kao dionik. Odbor će prema Generalnoj skupštini i Vijeću NECSTouR-a predstavljati predsjedavajuća osoba ETIS odbora.

Rijeka 2020 – Europska prijestolnica kulture, program „27 susjedstava“ – Apoksiomen na otoku vitalnosti

30.11.2016. Turistička zajednica Grada Malog Lošinja zajedno s Muzejom Apoksiomena kao partnerom prijavila se na **Rijeka 2020 – Europska prijestolnica kulture“** i program **„27 susjedstava“** s projektom Apoksiomen na otoku vitalnosti. Cilj programa „27 susjedstava“ je osnaživanje lokalne zajednice kroz jačanje ljudskih potencijala, razvijanje međuljudskih odnosa, organiziranje kulturnih aktivnosti i povećanje kulturnih sadržaja. Prikupljena je dokumentacija svih članova tima (Katarina Golubović, Andrea Blažević, Dalibor Cvitković), ispunjena prijava kao i prikupljena sva pisma podrške (cca 20) koji sudjeluju u projektu Apoksiomen na otoku vitalnosti.

Klimatske promjene - Towards a Climate Change Adaptation Toolkit for Tourist Destinations

8. – 9.12.2016., Ekonomski fakultet Zagreb

U organizaciji Oxford Brookes University i pod vodstvom priznatog profesora Chrisa Coopera i domaćina prof. Nevenke Čavlek, održan je dvodnevni sastanak na Ekonomskom fakultetu na temu klimatskih promjena i adaptacije kompleta alata za turističke destinacije.

Prvi sastanak održan je u Malom Lošinj 2015. godine gdje su bili pozvani svi sudionici i članice turističkog sektora. Radionica je polučila dobre rezultate budući da su svi sudionici upoznati sa važnosti i problemima koje nose sve gorući problem klimatskih promjena – kako mjeriti i primjeniti rješenja u turističkim destinacijama.

Na sastanku u Zagrebu, sudjelovali su i: dr. Debbie Hopkins sa Sveučilišta Oxford Brookes koja je s prezentacijom Klimatske promjene i adaptacija pokazala koji su to modeli klimatske adaptacije i kako primjena ovisi o više sudionika. Mali Lošinj predstavio se kao primjer dobre prakse, uključio i ETIS mjerenja te tu ukazao na probleme koje se javljaju u mjerenjima te koji bi bili potencijalni problemi za mjerenje klimatskih promjena ako bi se isto tako išlo na Komplet alata. Na sastanku su prisustvovali i predstavnice iz Državnog hidrometeorološkog zavoda koje su predstavile: Grijanje i hlađenje Jadranskog mora, Klimatsko modeliranje i upotreba outputa regionalnog klimatskog modela za turističku adaptaciju u bližoj budućnosti te Klimatski indeks za turizam koji se pokazao izuzetno zanimljivim i korisnim. Indeks uvažava toplinske, estetske i fizičke komponente klime za različite oblike turizma. Pomoću navedenog indeksa moguće je odrediti pogodnost klimatskih uvjeta za aktivnosti kao što su: boravak na plaži, biciklizam, pješačenje, kulturni turizam, golf, nogomet, plovidba motornim brodićem i jedrenje. Indeks se može izračunati za dva buduća klimatska razdoblja 2011. – 2040. i 2041. – 2070.

Slijedeći koraci u projektu: fokus bi trebao biti na klimatskim scenarijima, klimatskim indeksima za turizam te adaptaciji planova za svih 7 klimatskih zona u Hrvatskoj. Prvo bi se održala radionica u Zagrebu s predstavnicima Ministarstava, Hrvatske turističke zajednice, stručnjacima, medijima kako bi se projekt iskomunicirao javnosti. Zatim bi uslijedile radionice u 7 destinacija Hrvatske različitih klimatskih uvjeta koje bi uključivale profesore, znanstvenike s projekta kao i dionike destinacija pod vodstvom lokalnih turističkih zajednica. Novčani fond za slijedeću fazu projekta je 40 000 funti što će se aplicirati u veljači na Oxford Brookes University.

INTERREG Hrvatska – Italija

13.12.2016. Trst (Opicina), škola Civiform di Trieste

Agencija za ruralni razvoj Istre uspješno je implementirala europski projekt KEY Q – Ključ za kvalitetu razvoja i valorizaciju poljoprivredno- prehrambenih resursa na jadranskom području, s kojim je financirala izgradnju i opremanje Edukacijske kuhinje u sklopu Edukacijskog gastronomskog centra Istre na Gortanovom brijegu kraj Pazina. Usluge Edukacijske kuhinje koriste i ugostitelji Primorsko goranske županije te su česti polaznici gastronomskih radionica koje se provode u centru. Slijedeći natječaj Interreg Italija- Hrvatska izlazi u siječnju, veljači 2017. godine te Agencija za ruralni razvoj Istre želi kapitalizirati rezultate projekta KEY Q koji su vezani uz gastronomsku valorizaciju autohtonih proizvoda te kreirati turističke gastro rute.

Projekt se priprema u suradnji s talijanskim partnerima te je ideja da se uključe i potencijalni partneri iz Malog Lošinja.

Na sastanku u Trstu, sudjelovali su predstavnici Agencije za ruralni razvoj Istre, Tržnice Pula, Grad Pula, Turistička zajednica Grada Malog Lošinja, predstavnici Civiform-a (Italija).

Predloženi su sljedeći ciljevi: 1. Jačanje ljudskih potencijala u razvoju turizma i zapošljavanja i to kroz 3 smjernice: proširenje na nove interesne skupine i područja kao što je Mali Lošinj; studijska putovanja za ugostitelje, konobare, studente, menadžere te im dati priliku da upoznaju lokalne proizvođače odakle su proizvodi koje konzumiraju, prodaju; organiziranje novih oblika tečaja. Očekivanja su kapitalizacija kuhinje iz prvotnog projekta Key Q, Tržnice Pula bile bi punkt okupljanja turista gdje bi se kušali lokalni proizvodi, kupili proizvodi izravno od proizvođača. Tržnica je fizičko mjesto gdje turist može iskombinirati razgledanje s originalnim kulinarskim iskustvom. Zatim bi se išlo na organiziranje kulturno - turističke ponude na povijesnu temu povezanosti rimskog carstva na području hrvatsko – talijanske regije – Mali Lošinj te stvaranje turističkih paketa koje bi se promovirale putem internetske platforme s namjerom povezivanja turističkih posjeta s gastro iskustvima.

Ukupni proračun projekta je 800 000 eura te je zaključeno da će se pričekati dok natječaj izađe kako bi se bolje vidjeli uvjeti za natječaj i shodno tome napisao projekt za prijavu.

Nastavljen je **projekt PPS** kojega provodi Hrvatska turistička zajednica (HTZ) u suradnji s Ministarstvom turizma, s ciljem razvoja atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone koja će pozicionirati Hrvatsku kao cjelogodišnju turističku destinaciju.

PPS destinacija **Cresko lošinjski arhipelag** nastavlja djelovanje u istom obuhvatu turističkih zajednica Cresa i Malog Lošinja u sljedećem razdoblju od tri godine. Destinacija obuhvaća sve partnere na području gradova Malog Lošinja i Cresa koji će u terminu posezone do 31.10. i duže (tijekom zime) kao i predsezona od 01.04. do 30.06. imati otvorene objekte, organizirati događanja i programe destinacijskog doživljaja. Intencija je da imamo što više otvorenih objekata u destinaciji i dodatna nam je prilika da se Cres i Lošinj razvijaju kao cjelogodišnja destinacija. Ključni proizvodi koje ova destinacija nudi posjetiteljima su **aktivni odmor, wellness i zdravlje**.

Nagrade u 2016.**Lošinj dodijeljena nagrada Europskog sustava pokazatelja za održivi razvoj (ETIS):**

Na svečanoj dodjeli nagrada za održivo i pristupačno upravljanje turizmom, uključujući dostignuća na području zaštite okoliša, održanoj u Bruxellesu 22. travnja 2016., Mali Lošinj osvojio je nagradu Europskog sustava pokazatelja za održivi razvoj (ETIS) - nagradu za širinu i dubinu prikupljenih spoznaja o praksama održivog turizma na otoku, zahvaljujući projektu koji broji 130 pokazatelja. Europska je komisija osmislila proces Europskog sustava pokazatelja za turizam za održiva odredišta kojima se upravlja na lokalnoj razini, a namijenjen je za praćenje, upravljanje i jačanje održivosti turističkog odredišta. Niz od 27 glavnih i 40 izbornih pokazatelja korisno je sredstvo za praćenje rezultata, donošenje boljih upravljačkih odluka i utjecanje na odgovarajuće politike odredišta.

Mali Lošinj u Top 100 održivih destinacija svijeta**8. kolovoza 2016. Prijava za Top 100 održivih destinacija svijeta**

Mali Lošinj prijavio se za prestižnu nagradu Top 100 održivih destinacija u 2016. godini. Za ulazak u Top 100 održivih destinacija svijeta bilo je potrebno zadovoljiti 15 glavnih kriterija koji destinaciju čine odgovornom i zelenom, i to po temama: priroda i pejzaž, klima i okoliš, kultura i tradicija, ljudi i gostoljubivost te održivi destinacijski menadžment, koji i čine bit zelenog destinacijskog standarda. Ocjenjivačku komisiju sačinjavao je Ekspertni tim Top 100 održivih destinacija te Top 100 održivih destinacija selekcijski panel u sastavu 40 međunarodnih top stručnjaka u turizmu i održivosti. Nakon uspješne prijave, Mali Lošinj pronašao je svoje mjesto među Top 100. Dodjela nagrada održala se u Ljubljani na dan Svjetskog turizma 27.9.2016. Tijekom dvodnevne konferencije u sklopu Top 100 video priča, gdje je svaki ambasador prikazao održivosti, identitet, povijest i tradiciju svoje destinacije, Mali Lošinj predstavio se svjetskoj publici video projekcijom o jedinstvenom **Muzeju Apoksiomena**. Sljedećeg dana konferencije, 28. rujna, Lošinj je po temi Turizam i okoliš prikazao projekt istraživanja i očuvanja morskog okoliša kroz javnu svijest i obrazovanje prezentacijom *Prijateljstvo Lošinja i dupina*. Certifikatom Top 100 održivih destinacija u svijetu, **Mali Lošinj** postao je dijelom najveće zelene destinacijske zajednice u svijetu.

Prizanje projektu Apoksiomen na otoku vitalnosti u kategoriji Inovacija godine u sklopu Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja organizirala je brojna događanja, edukacije i radionice po temi antike, a prepoznata je i potreba za kreiranjem marketing plana koji bi sadržajno i smisleno oblikovao značajke projekta Apoksiomen te strateški definirao ciljeve promotivnih i prodajnih aktivnosti.

Spajanjem antike i današnjeg modernizma te kako bi predstavili Lošinj kao destinaciju koja i danas njeguje mnogobrojne vrijednosti njegovane i u antici, u suradnji sa znanstvenim savjetnikom na Institutu za povijest umjetnosti u Splitu, Dr. sc. Josipom Belamarićem, ravnateljicom Lošinjskog muzeja, Zrinkom Ettinger Starčić, dipl. arheolog i Irenom Dlakom, dipl. pov. umj. osmišljena je dodatna edukacija po temi antike za tematske vodiče kao pripremu za Apoksiomenov dolazak.

Na inicijativu Turističke zajednice Grada Malog Lošinja osmišljene su antičke kulturne rute Lošinja, zatim antičke rute regije i antička Hrvatska, kako bi gosti na raznim punktovima arhipelaga, regije i države osjetili i doživjeli kompletnu Apoksiomenovu i antičku priču, a Lošinj bio važna točka hrvatskog kulturnog turizma.

Osmišljena je i kreirana Apoksiomenova brošura pod nazivom **Apoksiomen na otoku vitalnosti**, koja uvodi čitatelje u potpuni kulturni i destinacijski doživljaj, odnosno spoj prirode, zdravlja i kulture.

Čak 20 stručnih osoba sudjelovalo je u kreiranju tematiziranog kataloga Apoksiomen na otoku vitalnosti kako bi svi tekstovi bili činjenično ispravni i stručni. Katalog je osmišljen na način da osim povijesnih priča sadrži i destinacijske proizvode po temi antike i Apoksiomena.

U Osnovnoj školi Maria Martinolića u Malom Lošinju održan je Apoksiomenov doručak, s ciljem poticanja svijesti o važnosti zdrave prehrane učenika, njihovog upoznavanja s antičkim gastro delicijama i namirnicama koje se i danas koriste u mediteranskoj prehrani.

Priznanje Malom Lošinju kao najuspješnija destinacija zdravlja u kategoriji destinacija godine u sklopu Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada

Destinacija godine – Mali Lošinj kao destinacija zdravlja – Mali Lošinj izabran je u drugi dio kruga za izbor Najpoželjnije destinacije zdravlja.

Drugi krug održavao se na Plitvicama 7. rujna gdje je trebalo održati power point prezentaciju koja obuhvaća sve najbitnije informacije o destinaciji ovisno o potkategoriji u kojoj je prijavljena s posebnom naznakom na nove proizvode, atrakcije i postignuća u destinaciji u odnosu na prošlu godinu, uz najbitnije informacije o javnoj i privatnoj infrastrukturi, dostupnosti, imidžu, ljudskim potencijalima i slično. U sklopu prezentacije umetnute su i snimljene izjave svih sudionika čime se prezentacija posebno istaknula. Zahvaljujući dobroj prezentaciji na Plitvicama, Mali Lošinj prošao je i u 3. krug izbora gdje je četveročlana komisija boravila jedan dan u destinaciji. Komisiji je predstavljena destinacija kao i sve usluge, proizvodi, hoteli, wellness ponuda, gastronomija. Na danima hrvatskog turizma (26. – 28.10.2016.) Malom Lošinju dodijeljena je godišnja hrvatska turistička nagrada za najuspješniju destinaciju zdravstvenog turizma u kategoriji destinacija godine.

26. rujna 2016. Prijava na 13. UNWTO nagrade za izvrsnost i inovacije u turizmu s inovacijom „Apoksiomen na otoku vitalnosti“

Nakon uspješne 11. UNWTO nagrade u Madridu gdje je Mali Lošinj osvojio 3.mjesto za projekt Miomirisi i okusi Lošinja, ove godine prijavili smo inovaciju Apoksiomen na otoku vitalnosti budući da se radi o izuzetno važnom projektu za Mali Lošinj.

Za potrebe prijave bilo je potrebno poslati: Formular prijave, 3 pisma preporuke, popis svih sudionika, ključni sažetak od 300 riječi, te viziju, misiju i ciljeve projekata od 1200 riječi.

25. 11.2016. – „Hrvatski otočni proizvod“

U sklopu održavanja desete godišnjice projekta vizualnog označavanja otočnih proizvoda oznakom „Hrvatski otočni proizvod“, Otok vitalnosti 25. studenog 2016. bio je domaćin brojnim dobitnicima. U okviru projekta, 111 proizvoda 68 otočnih proizvođača (od kojih je tri s Lošinja) ponosni su dobitnici ovogodišnje oznake „Hrvatski otočni proizvod“ koja se dodjeljuje godišnje u vidu plakete i makete. Proizvođači moraju imati sjedište tvrtke na otocima te moraju proizvode i izrađivati na otoku. Oznaku nose proizvodi koji su udovoljili brojnim kriterijima izvrsnosti i izvornosti, ali i uspješno objedinili tradiciju, istraživački rad, inovaciju te natprosječnu kvalitetu. Osim dodjele novih oznaka Hrvatskog turističkog proizvoda u 2016. godini, u Wellness Hotelu Aurora, prošlogodišnjim dobitnicima oznake dodijeljena su i priznanja za poseban doprinos projektu „HOP“. Uz značajnu turističku, tradicionalnu i gospodarsku vrijednost, ovaj projekt pozitivno utječe na razvoj hrvatskih otoka.

POSLOVNA IZVRSNOST U TURIZMU 2016.

Već tradicionalno Grad Mali Lošinj i Turistička zajednica Grada Malog Lošinja, u sklopu projekta Poslovna izvrsnost u turizmu, dodijelili su nagrade 5. prosinca 2016. godine u Wellness Hotelu Aurora djelatnicima koji su svojim doprinosom u 2016. godini pridonijeli razvoju turizma u destinaciji. Priznanja su dodijeljena i objektima s najboljim rezultatima u sklopu akcije 'Tajni gost na Lošinju- mjerenje kvalitete usluge', istaknutim objektima u anketi o zadovoljstvu 'Turizam na Lošinju 2016.', autorima ovogodišnjih originalnih lošinjskih suvenira te autorima proizvoda i usluga inspiriranih Apoksiomenom i antikom, najljepšim vrtovima i okućnicama u sklopu akcije 'Lošinjski cvijet'. Ove godine, po prvi put su dodijeljene nagrade u novoj kategoriji Inovativni projekt u turizmu- atrakcija godine: Muzeju Apoksiomena za kulturnu atrakciju godine i Tematskom vidikovcu Providenca za inovativni projekt u turizmu, koji su svojim inovativnim proizvodima, uslugama i projektima na određeni način doprinjeli turističkom iskustvu u destinaciji.

1. NAJLJEPŠI VRTOVI I OKUĆNICE

Ana Probojčević, Mali Lošinj
 Renata Škarić, Veli Lošinj
 Ivan Martinović, Veli Lošinj
 Katica Strallhofer, Nerezine
 Florina Jerolimić, Ilovik
 Oskar Koharović, Mali Lošinj
 Anka Rukonić, Nerezine
 Milica Batistić, Veli Lošinj
 John Belanich, Ilovik
 Danica Mužić, Mali Lošinj

2. Originalni lošinjski suveniri u 2016.

Sonja Gulam- držač za sapun u obliku ribe
 Čazim Mehmeti- replike uljanica
 Ana Slaviček- tekstilni odjevni predmeti i privjesci s motivima Apoksiomena, mora, Suska, pomorstva
 Sandra Nicolich – lošinjski miomirisni bombon
 Petrica Podda- ovce od prave vune

3. Proizvodi i usluge inspirirani Apoksiomenom i antikom

1. Mirta Lozančić – Linija kozmetičkih proizvoda Apoxyomenos
2. Nenad Starčić – Ponuda ronjenja na arheološkim lokalitetima
3. Robert Malnar – Jedrenje putovima Apoksiomena
4. Saneli obrt (Sandra Nicholich) – Linija proizvoda za njegu kože Apoxyomenos
5. Sonja Gulam - proizvodi od maslinovog drva
6. Nevenka i Igor Zlatkov - Proizvodi od drva masline
7. Samovar tea shop – Linija lošinjskih vitality čajeva
8. Pčelarstvo Dragoslavić – Proizvodi od pčelinjeg meda
9. RUTA-wool & design (Vesna Jakić) – Proizvodi od vune
10. Keramički studio Čarobnjak (Čazim Mehmeti)– Replike antičkih posude
11. Blue Gold j.d.o.o (Martina Blažić) – Replike antičkog nakita
12. Mary's Sweets (Mary Novosel) - Apoksiomenovi uvojci kose kao inspiracija
13. Studio za njegu lica i tijela luvena luvena (Željka Ketterer) – revitalizirajući tretman "Baš kao Apoxyomenos"
14. Drita i Ursula Mužić- Apoxyomenos ArtGraf- tekstilni proizvodi i suveniri
15. Marina Kajkara – Ručnik s vezom Apoksiomena

4. Tajni gost na Lošinju – priznanje u kvaliteti izvrsnosti u kvaliteti usluge

1. Laurus Slow Spa - Wellness Hotela Aurora
2. Restoran Punta
3. Restoran Za kantuni
4. Aquapark Čikat
5. Restoran Diana
6. Vitality zona - Vitality Hotela Punta
7. Aperitiv bar Alto Rosso Hotela Bellevue
8. Omladinski Hostel Veli Lošinj
9. Restoran Pin & Oli Hotela Bellevue
10. Gastro pub Deveron

5. „Anketa o zadovoljstvu –Turizam na Lošinju 2016.“

Muzej Apoksiomena
Tematski vidikovac Providenca
Restoran Bocca Vera
Restoran Za kantuni

6. DJELATNICI 2016. „Volim Hrvatsku- Čovjek ključ uspjeha u turizmu“

Edith Beck Šegota - djelatnik prodaje i marketinga u turizmu
Daniela Perković - recepcijski djelatnik u kampovima
Tatjana Glavan – recepcijski djelatnik u hotelima
Marija Paradžik - konobar
Nemanja Simić- kuhar
Patricija Nikolić – djelatnik hotelskog domaćinstva
Mirela Zuber – prodavač
Ankica Lucić - djelatnik u ostalim uslužnim djelatnostima
Zdravko Franović – djelatnik u ostalim uslužnim djelatnostima

7. Inovativni projekt u turizmu – atrakcija godine

Muzej Apoksiomena
Tematski vidikovac Providenca

REZULTATI PROVEDENIH ANKETA U 2016.GODINI

Većina stanovnika smatra prirodna bogatstva i šetnice te klimu i more najvećim bogatstvima otoka, stoga ukazuju na uređenje i označavanje pješačkih i biciklističkih staza i šetnica te postavljanje eko javne rasvjete i komunalne infrastrukture kako bi sugrađanima i gostima ukazali na čistoću i očuvanje okoliša.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja u suradnji s Gradom Mali Lošinj i ove je godine provodila online ankete o zadovoljstvu stanovništva turizmom na otoku Lošinju. Cilj ankete bio je da se dobivenim odgovorima ukaže na potencijalne probleme i nedostatke te poboljša kvaliteta pružanja usluga i proizvoda, kao i kvaliteta boravka u destinaciji.

Ankete sastavljene u Survey Monkey programu provodile su se online ispunjavanjem stanovnika otoka Lošinja tijekom kolovoza, rujna i listopada 2016. godine, pa je tako prikupljeno 168 dojmova i prijedloga stanovnika te 249 dojmova gostiju na Lošinju i 159 na Susku. Linkovi za online ispunjavanje anketa stanovnicima su se slali putem e-maila te su bili objavljeni na službenoj web i Facebook stranici Turističke zajednice.

95,24% stanovnika u anketama je navelo kako razgovara s posjetiteljima o zadovoljstvu boravkom, uslugom i doživljajima na Lošinju. Najviše stanovnika, njih 76,19% svojim gostima preporuča posjet Muzeju Apoksiomena, a najmanje 7,74% medicinske usluge. Goste najviše zanima gdje mogu dobro jesti te gdje se nalaze plaže.

Prilikom ocjenjivanja (ocjene od 1 do 7) da li je razina kvalitete turističke ponude Lošinja na razini njihovih očekivanja, najvećom prosječnom ocjenom najviše stanovnika ocijenilo je Muzej Apoksiomena (6,51), zatim Lošinjski muzej (5,17). Ove je godine najlošijom ocjenom ocijenjeno uređenje i naplata parkinga; ocjenom 3,80.

Također, 60,12% stanovnika planira obavezno, oko 20% ukupno ovogodišnjeg prihoda uložiti u 2017. godinu (2015. godine; 53,47%). 16,67% iskoristit će sufinanciranje Turističke zajednice i ulagati u marketing, a 15,48% planira iskoristiti sufinanciranje Fonda za energetske učinkovitost; sufinanciranje fasada i stolarije.

Najveći broj stanovnika smatra Klape na pjacalu (Veli Lošinj, Mali Lošinj, Čunski), Festival lošinjskih balkona, Osorske glazbene večeri, Jazz festival i Feštu lošinjske kuhinje najboljim manifestacijama na području Grada Malog Lošinja. Nezadovoljni su količinom organiziranih manifestacija i zabave za goste, osobito u večernjim satima. I ove godine najveći broj stanovnika izrazio je želju za ponovnim organiziranjem ribarskih fešta, festivala Melodije Istre i Kvarnera i povećanja raznolikosti ponude događanja u destinaciji.

Građani su rad Turističke zajednice Grada Malog Lošinja ocijenili ukupnom prosječnom ocjenom 5,40, dok je rad Gradske uprave Grada Malog Lošinja ocijenjen ukupnom prosječnom ocjenom 3,96.

Najviše stanovnika navelo je Muzej Apoksiomena kao ovogodišnji najkvalitetniji objekt i sadržaj. Odmah nakon, s najvećim brojem pohvala i glasova slijede: Tematski vidikovac Providenca, restoran Bocca Vera i restoran Za kantuni. Zaborarski smatraju najljepšom uvalom, a plažom Veli žal.

Prijedloga za unaprjeđenje usluga iznimno je puno, od organizacije većeg broja manifestacija i turističke ponude za mlade i djecu do poticanja suradnje s kulturnim i sportskim udrugama. Nezadovoljni su čistoćom pojedinih plaža te uređenošću i sadržajima na istima. Urgiraju na uređenje većeg broja plaža na otoku te plaža za pse. Također očekuju da se Lošinj kvalitetnije i češće prometno poveže s kopnom i susjednim otocima, a potrebno je i što prije urediti šetnice te realizirati projekt izgradnje biciklističkih staza na Lošinju. Smatraju kako su ugostiteljskom i turističkom osoblju potrebne edukacije te predlažu organiziranje sajмова suvenira i lokalnih proizvoda u Malom Lošinju te u manjim mjestima na otoku.

Kako bi se unaprijedio rad Turističke zajednice, potrebna je kvalitetnija komunikacija i podrška lokalnim proizvođačima, umjetnicima i iznajmljivačima u vidu online i offline komunikacije s ciljem stvaranja kvalitetnije ponude i sadržaja. Također urgiraju djelatnicima Turističke zajednice na intenzivniju promociju destinacije na ključnim svjetskim emitivnim tržištima. Traže redovite izlaske i obilaske terena kako bi se kvalitetnije donosile prosudbe postojećeg stanja, zatim planovi i prijedlozi.

Stanovnici Gradu ukazuju na redovito održavanje tribina i drugih načina online i offline komunikacije te e-uprave i anketiranja građana. Predlažu otvaranje zasebnog odjela za suradnju s građanima te manjih gradskih odbora. Apeliraju na zabranu građevinskih radova od lipnja do listopada i učinkovitiju kontrolu naplate javnih davanja.

REZULTATI „ANKETA O ZADOVOLJSTVU STANOVNIKA - TURIZAM NA LOŠINJU" 2016. GODINE

Naslov ankete: „Anketa o zadovoljstvu stanovnika - turizam na Lošinju“

Termin provođenja ankete: kolovoz, rujan, listopad 2016. godine

Mjesto provođenja ankete: ured Turističke zajednice Grada Malog Lošinja, putem mailova, društvenih mreža i službene web stranice

Način provođenja ankete: online ispunjavanje u Survey Monkey-u

Jezici ankete: hrvatski

Broj pitanja ankete: 16

Broj ispunjenih anketa: 168

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja u suradnji s Gradom Mali Lošinj provodila je online ankete o zadovoljstvu stanovništva turizmom na otoku Lošinju. Cilj ankete je da se dobivenim odgovorima unaprijedi usluga i poboljša kvaliteta pružanja usluga i proizvoda u destinaciji. Anketa je sastavljena u Survey Monkey programu, a provodila se online ispunjavanjem stanovnika otoka Lošinja. Linkovi za online ispunjavanje ankete stanovnicima su se slali mailovima, objavljivali su se i na službenoj web stranici Turističke zajednice Grada Malog Lošinja i Facebook stranici u više navrata. Anketama je prikupljeno 168 odgovora na hrvatskom jeziku.

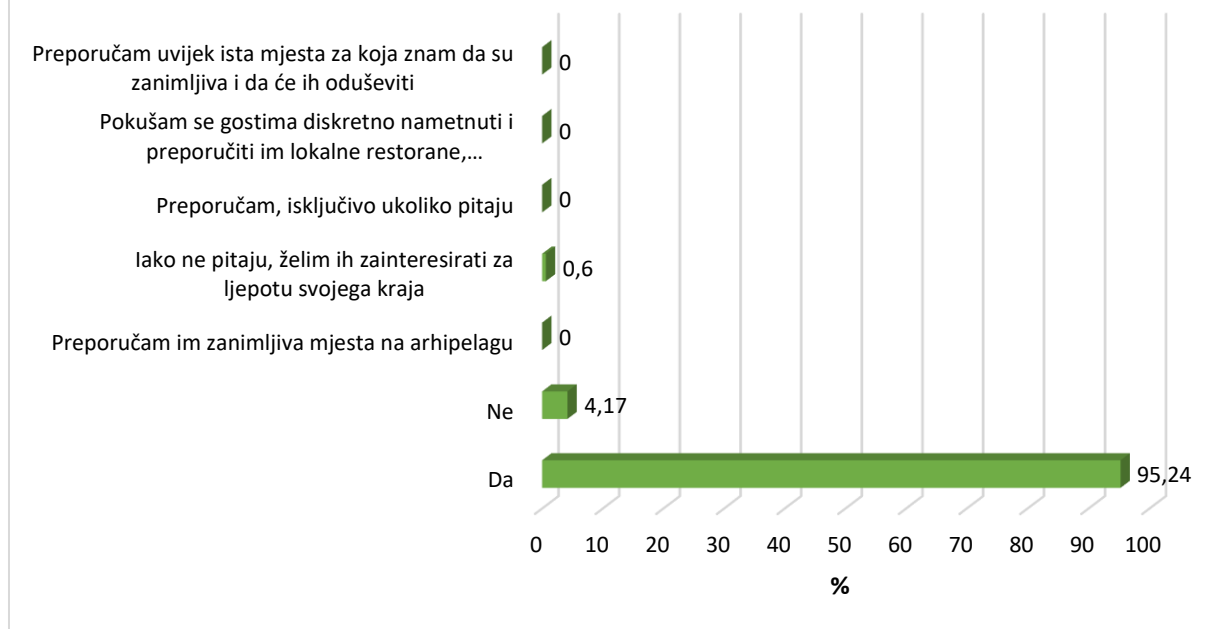
Sve su ankete imale pitanja o komunikaciji, informacijama i preporukama koje stanovnici pružaju gostima te su obuhvaćale prijedloge i mišljenja stanovnika o najboljim manifestacijama na području Grada Malog Lošinja, prijedloge za napredak u kvaliteti manifestacija, mišljenja o najkvalitetnijim objektima, prijedloge za Gradsku upravu i ocjenjivanje rada Gradske uprave Grada Malog Lošinja, suradnji s Turističkom zajednicom Grada Malog Lošinja, navođeni su i specifični problemi te planovi za buduća ulaganja.

REZULTATI DESTINACIJSKIH PITANJA

95,24 % stanovnika koji su odgovarali na anketu razgovara sa svojim posjetiteljima o njihovom zadovoljstvu boravkom, uslugama i doživljajima na Lošinju (2015. godine; 64,46% ih je razgovaralo s gostima), dok ih 4,17 % ne razgovara. Samo 0,60 % želi zainteresirati posjetitelje za ljepotu svojega kraja, a 0% stanovnika nudi preporuke na upit, dok je prethodne 2015. godine 7,99 % stanovnika nudilo preporuke. Diskretno nametanje i preporuku lokalnih restorana, vidikovca, šetnica i sportskih aktivnosti preporuča 0% (2015. godine 1,04 %), dok ih također 0% (2015. godine 14,93 %) preporuča uvijek ista mjesta za koja znaju da su zanimljiva i da će ih oduševiti. 0,00% ih preporuča zanimljiva mjesta na arhipelagu baš kao i prethodne godine.

Razgovarate li s posjetiteljima našeg arhipelaga koliko su zadovoljni boravkom, uslugom, doživljajima na Lošinju?	%
Da	95,24
Ne	4,17
Preporučam im zanimljiva mjesta na arhipelagu	0,00
Iako ne pitaju, želim ih zainteresirati za ljepotu svojega kraja	0,60
Preporučam, isključivo ukoliko pitaju	0,00
Pokušam se gostima diskretno nametnuti i preporučiti im lokalne restorane, vidikovce, šetnice, sport	0,00
Preporučam uvijek ista mjesta za koja znam da su zanimljiva i da će ih oduševiti	0,00

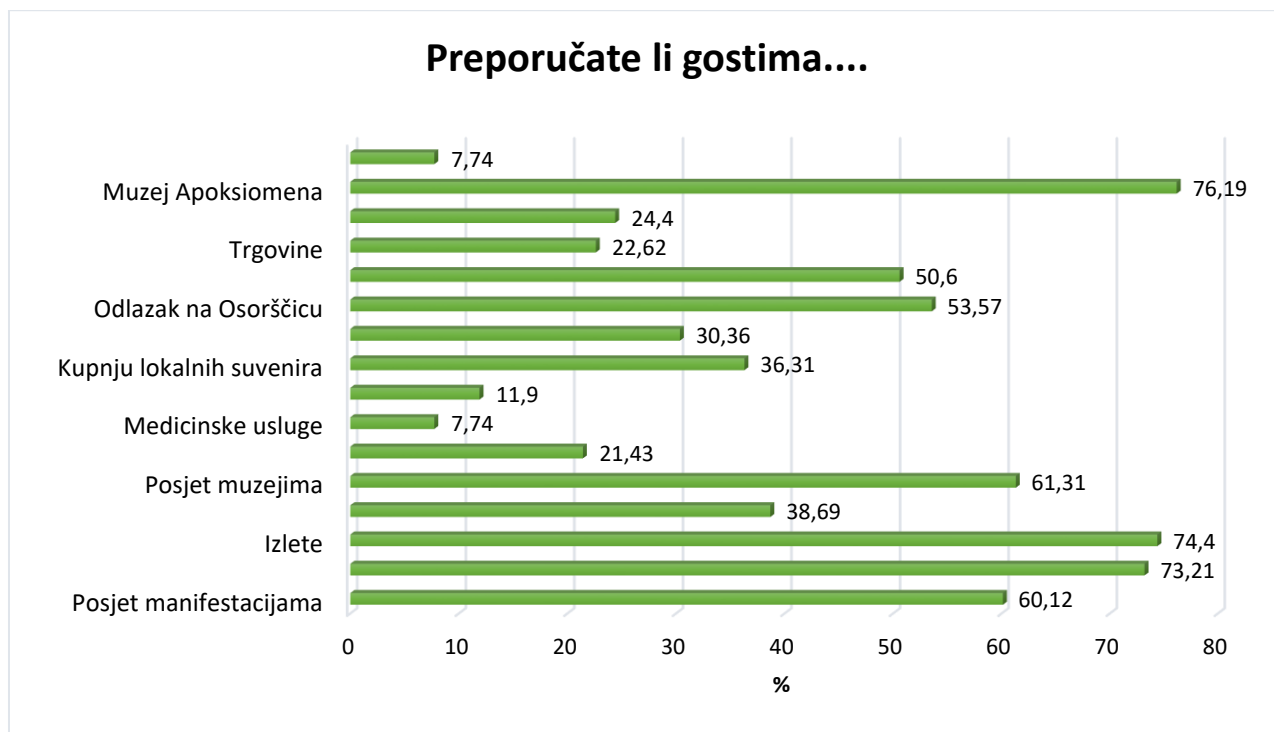
Razgovarate li s posjetiteljima našeg arhipelaga koliko su zadovoljni boravkom, uslugom, doživljajima na Lošinju?

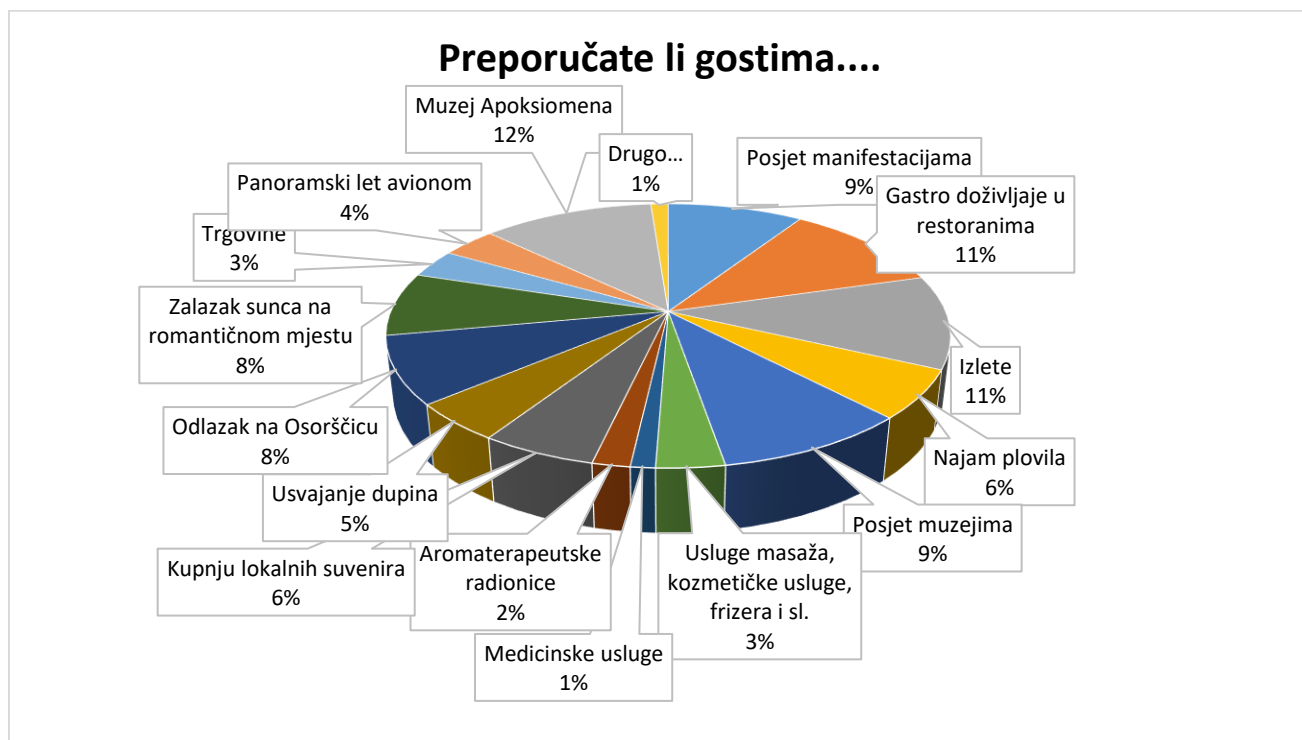


Svojim gostima najviše stanovnika, njih 76,19% preporuča posjet **Muzeju Apoksiomenu**, 74,40% stanovnika preporuča izlete (više nego prethodne 2015. godine; 72,57%), dok 73,21% stanovnika preporuča gastro doživljaje u restoranima (također više nego prethodne 2015. godine; 61,81%). Ove godine nešto više stanovnika, 61,31% goste upućuje u muzeje (2015. godine; 37,85%), ali manje posjet manifestacijama 60,12% (2015. godine; 60,76%). 53,57% preporučilo je odlazak na Osoršćicu (2015. godine; 46,18%) te 50,60% promatranje zalaska sunca na romantičnom mjestu (2015. godine; 39,58%), 38,69% najam plovila (2015. godine; 33,68%), 36,31% kupnju lokalnih suvenira (2015. godine; 37,50%), nešto više 30,36% usvajanje dupina (2015. godine; 30,21%), 24,40% panoramski let avionom (2015. godine; 23,61%), 22,62% posjet trgovinama (2015. godine; 25%), 21,43% usluge masaža, zatim kozmetičke usluge, frizere i slično... (2015. godine; 21,18%), 11,90% aromaterapeutske radionice (2015. godine; 13,19%), a najmanje 7,74% **medicinske usluge** (2015. godine; 11,81%).

7,74% gostiju navelo je druge atrakcije i mjesta koja preporučuju svojim gostima poput Tematskog vidikovca Providence, obilaska plaža, šetnje uz more, obilaska manjih mjesta i otoka, vožnju biciklima, Dolphin Watching, jedrenje i druge sportske aktivnosti.

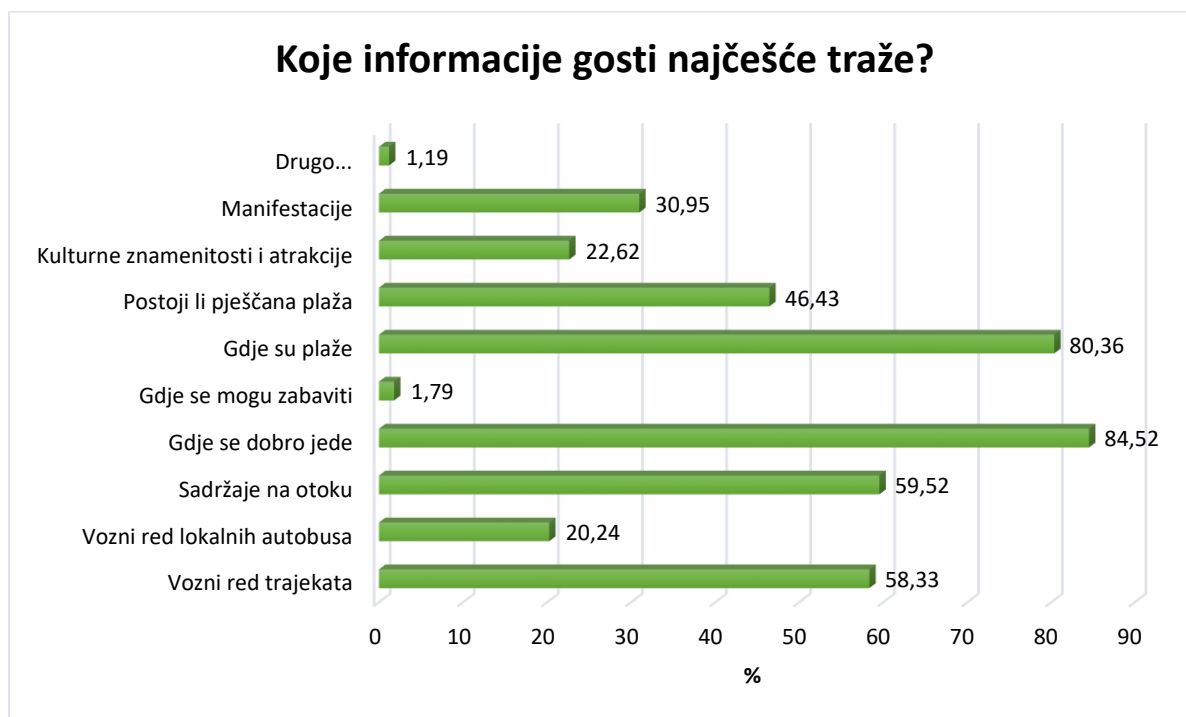
Preporučate li gostima....	%
Posjet manifestacijama	60,12
Gastro doživljaje u restoranima	73,21
Izlete	74,40
Najam plovila	38,69
Posjet muzejima	61,31
Usluge masaža, kozmetičke usluge, frizera i sl.	21,43
Medicinske usluge	7,74
Aromaterapeutske radionice	11,90
Kupnju lokalnih suvenira	36,31
Usvajanje dupina	30,36
Odlazak na Osorščicu	53,57
Zalazak sunca na romantičnom mjestu	50,60
Trgovine	22,62
Panoramski let avionom	24,40
Muzej Apoksiomena	76,19
Drugo...	7,74





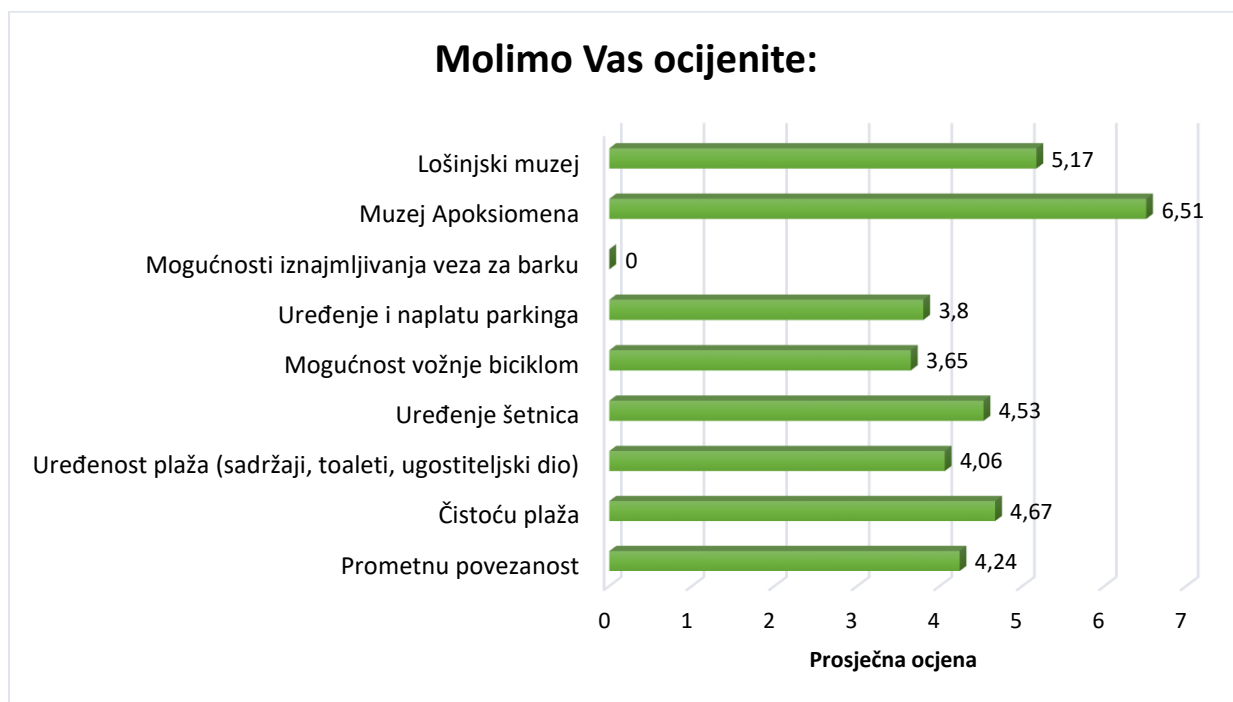
Gosti najčešće traže informacije o mjestima gdje mogu dobro jesti 84,52% (2015. godine; 78,05 %), 80,36% gdje su plaže (2015. godine; 72,82 %) i 59,52% sadržajima na otoku (2015. godine; 60,98 %) te 58,33% vozni red trajekata (2015. godine; 49,83 %) i 46,43% informacije o pješčanim plažama (41,11 %). Dalje, 30,95% gostiju interesiraju manifestacije, 22,62% kulturne znamenitosti i atrakcije, 20,24% vozni red lokalnih autobusa (2015. godine; 18,82%), samo 1,79% gdje se mogu zabaviti (2015. godine; 43,90%). 1,19% gostiju traže informacije o trgovinama i noćnim klubovima.

Koje informacije gosti najčešće traže?	%
Vozni red trajekata	58,33
Vozni red lokalnih autobusa	20,24
Sadržaje na otoku	59,52
Gdje se dobro jede	84,52
Gdje se mogu zabaviti	1,79
Gdje su plaže	80,36
Postoji li pješčana plaža	46,43
Kulturne znamenitosti i atrakcije	22,62
Manifestacije	30,95
Drugo...	1,19



Prilikom ocjenjivanja da li je razina kvalitete turističke ponude Lošinja na razini njihovih očekivanja, najvećom prosječnom ocjenom najviše stanovnika ocijenilo je Muzej Apoksiomena (6,51), zatim Lošinjski muzej (5,17). Slijede čistoća plaža s ocjenom 4,67% (2015. godine; 4,68), uređenje šetnica ocjenom 4,53 (2015. godine; 4,48), prometna povezanost ocjenom 4,24 (2015. godine; 4) i ocjenom 4,06 uređenost plaža (2015. godine; 3,99). Ove je godine nešto boljom ocjenom ocijenjeno uređenje i naplata parkinga ocjenom 3,80 (2015. godine; 3,09). Skoro nepromijenjena ocjena ostala je kod mogućnosti vožnje biciklom 3,65 (2015. godine; 3,62), dok stanovnici nisu dodijelili nikakvu ocjenu mogućnosti iznajmljivanja veza za barku obzirom da smatraju kako takvih vezova više ni nema (2015. godine; 4,33).

Molimo Vas ocijenite:	Prosječna ocjena
Prometnu povezanost	4,24
Čistoću plaža	4,67
Uređenost plaža (sadržaji, toaleti, ugostiteljski dio)	4,06
Uređenje šetnica	4,53
Mogućnost vožnje biciklom	3,65
Uređenje i naplatu parkinga	3,80
Mogućnosti iznajmljivanja veza za barku	0,00
Muzej Apoksiomena	6,51
Lošinjski muzej	5,17

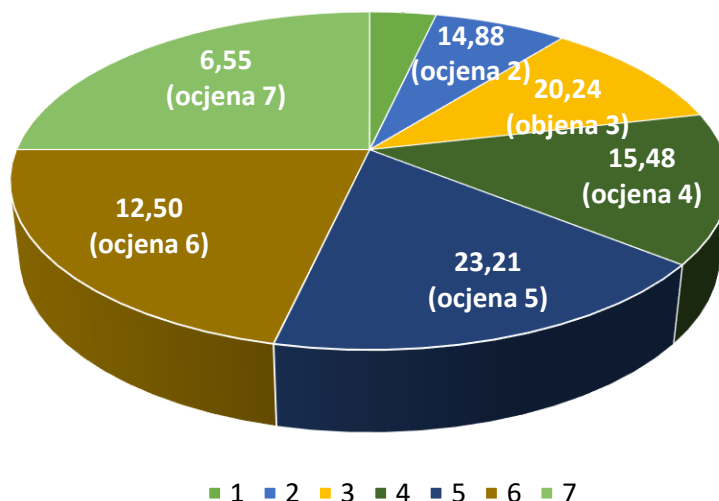


Prilikom ocjenjivanja rada Gradske uprave Grada Malog Lošinja (od 1- najlošije do 7- najbolje), najveći broj stanovnika 23,21% dodijelio je ocjenu 5 (2015. godine; 13,5 %), ocjenu 4 dodijelilo je 15,48% stanovnika (2015. godine; 21,9 %). 14,88% stanovnika navelo je kako rad Gradske uprave zasluđuje ocjenu broj 2 (2015. godine; 15,3%), dok je ocjenu 3 dalo 20,24% stanovnika (2015. godine; 24,3%), 12,50% ocjenu 6 (2015. godine; 11,8%) te 6,55% ocjenu 7 (2015. godine; 74,2%). Najlošiju ocjenu 1 dodijelilo je 7,14% (2015. godine; 9 % stanovnika).

Građani su rad Gradske uprave Grada Malog Lošinja ocijenili ukupnom **prosječnom ocjenom 3,96**. U odnosu na prethodnu godinu kada je radu Gradske uprave dodijeljena ocjena 3 kao najveća, ove godine zabilježeno je povećanje te je najveća ocjena 5 dodijeljena od najvećeg dijela stanovništva prilikom ispunjavanja anketa.

Grad Mali Lošinj:							
Ocjena	1	2	3	4	5	6	7
%	7,14	14,88	20,24	15,48	23,21	12,50	6,55

Ocijenite rad Gradske uprave Grada Malog Lošinja (1- najlošije, 7- najbolje)

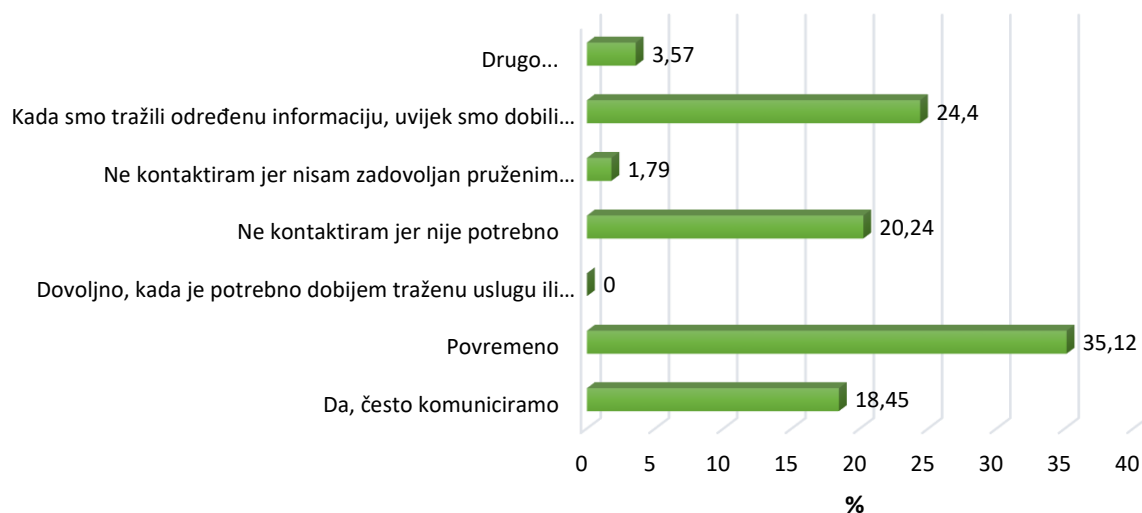


Prilikom ocjenjivanja razine suradnje i komunikacije s Turističkom zajednicom Grada Malog Lošinja, 24,40% stanovnika na traženu informaciju dobilo je kvalitetne odgovore (2015. godine; 13,12%). 35,12% stanovnika s TZG Malog Lošinja kontaktira povremeno (2015. godine; 25,18%), a 20,24% uopće ne kontaktira jer nije potrebno (2015. godine; 15,25%). 18,45% je u čestoj komunikaciji s TZG Malog Lošinja (2015. godine; 12,06%). 1,79 % stanovnika ne kontaktira uopće jer nisu zadovoljni pruženim informacijama koje su tražili (2015. godine; 4,61%).

3,57% stanovnika smatra kako je njihova Turistička zajednica najbolja u Hrvatskoj te smatra osoblje ljubaznim, lijepim i stručnim. Određeni dio stanovnika smatra kako TZ ipak ne radi svoj posao, ali su zadovoljni iako uvijek može bolje.

Imate li kontakte s Turističkom zajednicom Grada Malog Lošinja?	%
Da, često komuniciramo	18,45
Povremeno	35,12
Dovoljno, kada je potrebno dobijem traženu uslugu ili informaciju	0,00
Ne kontaktiram jer nije potrebno	20,24
Ne kontaktiram jer nisam zadovoljan pruženim informacijama koje sam	1,79
Kada smo tražili određenu informaciju, uvijek smo dobili kvalitetne	24,40
Drugo...	3,57

Imate li kontakte s Turističkom zajednicom Grada Malog Lošinja

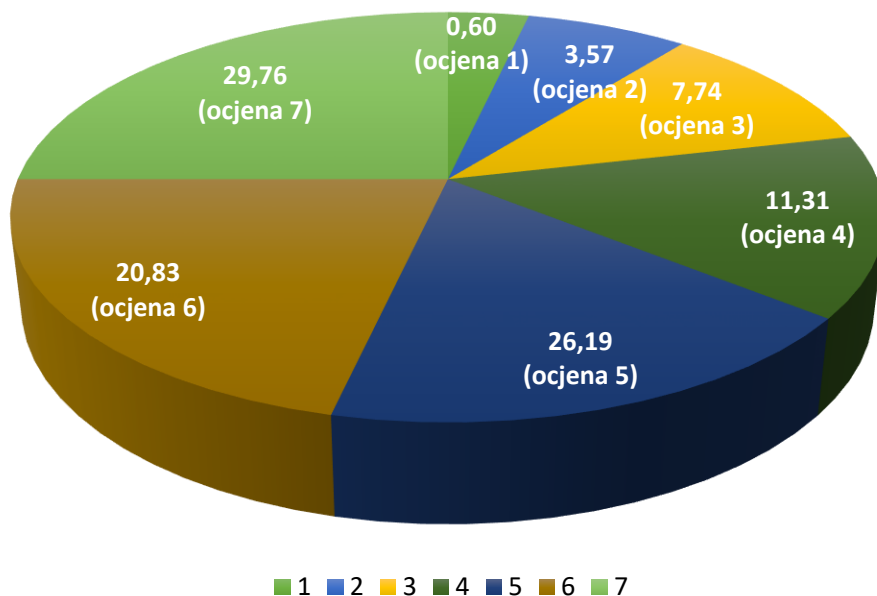


Radu Turističke zajednice Grada Malog Lošinja (od 1- najlošije do 7- najbolje), najveći broj stanovnika 29,76% dodijelio je ocjenu 7 (2015. godine; 21,18%), a 26,19% smatra da rad Turističke zajednice zasluđuje ocjenu 5 (2015. godine; 18,06%). Također ocjenu 6 dodijelilo je 20,83% stanovnika (2015. godine; 23,96%), zatim je 11,31 % dodijelilo ocjenu 4 (2015. godine; 16,32%), dok je 7,74 % stanovnika ocijenilo rad sa 3 (2015. godine; 10,42%) i 3,57% ocjenom 2 (2015. godine; 5,21%). Najlošiju ocjenu 1 dodijelilo je 0,60 % stanovnika (2015. godine; 4,86%).

Građani su rad Turističke zajednice Grada Malog Lošinja ocijenili ukupnom **prosječnom ocjenom 5,40**.

Rad Turističke zajednice Grada Malog Lošinja							
Ocjena	1	2	3	4	5	6	7
%	0,60	3,57	7,74	11,31	26,19	20,83	29,76

Rad Turističke zajednice Grada Malog Lošinja

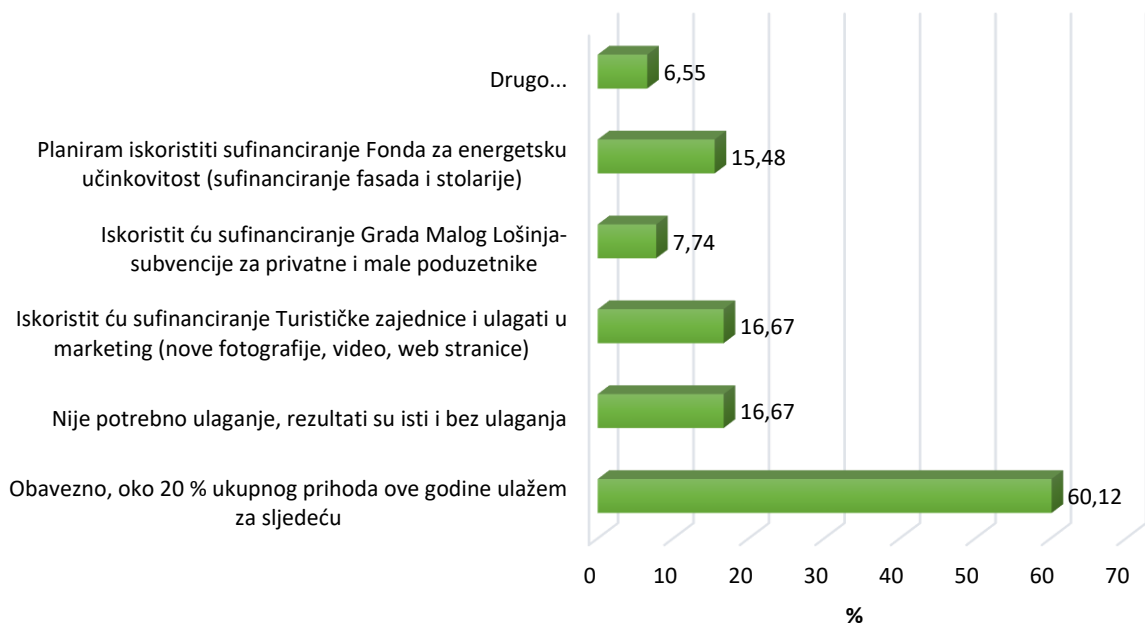


60,12% stanovnika planira obavezno, oko 20% ukupno ovogodišnjeg prihoda uložiti u 2017. godinu (2015. godine; 53,47%), dok 16,67% smatra da ulaganje nije potrebno te da su rezultati isti i bez ulaganja (2015. godine; 21,18%). 16,67% iskoristit će sufinanciranje Turističke zajednice i ulagati u marketing; nove fotografije, video, web stranice (2015. godine; 13,19%).

Nešto manje stanovnika, 7,74% iskoristi će sufinanciranje Grada Malog Lošinja - subvencije za privatne i male poduzetnike (2015. godine; 13,19%), a 15,48% planira iskoristiti sufinanciranje Fonda za energetska učinkovitost; sufinanciranje fasada i stolarije (2015. godine; 15,48%). 6,55% stanovnika planira obnoviti vlastite objekte te svake godine ulaže u svoje apartmane.

Planirate li za 2016. ulagati u Vaše turističko poslovanje	%
Obavezno, oko 20 % ukupnog prihoda ove godine ulažem za sljedeću	60,12
Nije potrebno ulaganje, rezultati su isti i bez ulaganja	16,67
Iskoristit ću sufinanciranje Turističke zajednice i ulagati u marketing (nove fotografije, video, web stranice)	16,67
Iskoristit ću sufinanciranje Grada Malog Lošinja- subvencije za privatne i male poduzetnike	7,74
Planiram iskoristiti sufinanciranje Fonda za energetska učinkovitost (sufinanciranje fasada i stolarije)	15,48
Drugo...	6,55

Planirate li za 2016. ulagati u Vaše turističko poslovanje



PRIMJEDBE I PRIJEDLOZI STANOVNIKA U ONLINE ANKETAMA 2016. GODINE

PRIMJEDBE:

1.) Manifestacije

Najveći broj stanovnika smatra Klape na pjacalu (Veli Lošinj, Mali Lošinj, Ćunski), Festival lošinjских balkona, Osorske glazbene večeri, Jazz festival i Feštu lošinjске kuhinje najboljim manifestacijama na području Grada Malog Lošinja. Latino festival, Nerezinske ljetne igre, Međunarodni festival Meha, Regata tradicijskih barki u Nerezinama, Polumaraton, DH Lošinj i drugo, također navode kao jedne od boljih manifestacija. Smatraju kako je ipak organizirano premalo manifestacija i zabave za goste, osobito u večernjim satima. I ove godine najveći broj stanovnika izrazilo je želju za ponovnim organiziranjem ribarskih fešta, festivala Melodije Istre i Kvarnera i povećanja raznolikosti ponude događanja u destinaciji.

Prijedlozi:

- organizirati veći broj događanja na glavnom malološinjском gradskom trgu
- organizirati veći broj koncerata i grupa koje još nisu bile na Lošinj
- ponovno organizirati održavanje MIK- a (Melodije Istre I Kvarnera) te balinjerade i ribarskih fešti
- poboljšati turističku zabavnu ponudu za mlade i djecu

- poboljšati suradnju sa stanovništvom i hotelijerima
- kvalitetnije se promovirati (ažurnije internet i facebook stranice, kompletna promocija- ne promovirati samo odabrana događanja)
- organizirati manifestacije natjecateljskog karatera (interaktivno uključiti goste)
- rasporediti termin održavanja manifestacija i u periode pred i posezone (ne 'zbijati' sve u jedan mjesec kada je Lošinj i ovako 'popunjen')
- poboljšati prezentaciju kulturne baštine otoka- folklor te organizirati razmjenu/upoznavanje kulturne baštine susjednih otoka (pr. sajam narodnih nošnji)
- organizirati više tematskih i sportskih manifestacija (pr. natjecanje u plivanju u malološinjskoj uvali)
- koncentrirati se i na organiziranje prijevoza za vrijeme trajanja određenih manifestacija (pr. OGV)
- zaposliti stručan kadar u organizaciji manifestacija
- pravovaljano 'složiti' kalendar događanja (na temelju javnog poziva sakupiti sve potencijalne organizatore prije tiska kalendara)
- uključiti stanovništvo u manifestacije (organizaciju i provedbu)
- financijski podržati lokalne turističke agencije u domeni - Info punkt
- u partnerstvu s Gradom Cresom organizirati zajedničke manifestacije
- uvesti pravila između lokalnih ugostiteljskih objekata i glazbenika- paziti da se svirke i izvedbe ne preklapaju
- angažirati animatore i u manjim mjestima na otoku
- organizirati vatromet
- ograničiti intenzitet i glasnoću noćnih svirki lokalnih bendova; uredba o ograničenju decibela buke u ugostiteljskim objektima i koncertima
- angažirati lokalne bandove i zabavljače da izvode na malološinjskom trgu
- prosljeđivati iznajmljivačima i drugim subjektima mailove s kalendarom događanja i za mjesec lipanj i rujanj
- smanjiti obujam nezainteresiranih sudionika kako bi se poboljšala kvaliteta manifestacija

2.) Plaže i šetnice

Stanovnici su izjavili da su gosti nezadovoljni čistoćom pojedinih plaža, uređenošću i sadržajima na plaži (osobit nedostatak sanitarnih čvorova i kanti za smeće) te smatraju da je mali dio obale pristupačan za kupanje, a osobito nepristupačan osobama s invaliditetom i djeci. Nezadovoljni su koncesionarima i neljubaznošću djelatnika na plažama. Urgiraju na rješavanje plaža za pse, obzirom da su postojeće lokacije nepristupačne i neoznačene.

Najljepšom uvalom slovi Zabodarski, Veli žal te nešto manje Čikat, Sunčana uvala – Borik, Rovenska, Galboka u Nerezinama.

Također, najveći broj stanovnika smatra kako su prirodna bogastva i šetnice, uz klimu i more, najveća bogatstva otoka, stoga ukazuju na uređenje šetnica, označavanje staza i postavljanje eko javne rasvjete i kanti za smeća kako bi sugrađanima i gostima ukazali na čistoću.

Prijedlozi:

- urediti plaže na Artatorama i otoku Susku, zatim na Bojčiću i Zagazinjinama (prirodno uređenje)
- redovito čistiti plaže
- bolje opremiti plaže raznim sadržajima - sanitarnim čvorovima
- uvesti javnu rasvjetu na svim šetnicama na otoku, ali na solarno punjenje
- ograničiti koncesioniranje plaža
- smanjiti broj ležaljki i suncobrana na plažama, kao i koncesija
- urediti postojeće lokacije za kupanje s kućnim ljubimcima te obavezno osigurati plaže za pse
- osigurati rukohvate na plažama; ulazi u more (Kadin, Zagazine, Bojčić, Sveti Martin, Valdarke)
- urediti plaže za djecu (uz osiguran pristup moru dodati i zabavne sadržaje; tobogani i sl.)
- urediti pristup moru na stjenovitim plažama - pogotovo za osobe s invaliditetom i za djecu
- označiti pristup pojedinim plažama koje je teže pronaći (npr. Plijeski, Liska Slatina, Meli)
- sanirati šetnicu od Boka false do Borika te ograditi radi sigurnosti šetača
- napraviti nogostup duž cijele ceste u Malom Lošinju
- sanirati stepenice u ulicama Malog Lošinja te postaviti rukohvate
- poraditi na čistoći plaža i okoliša na otoku Susku
- ograditi šetnice zbog sigurnosti šetača

3.) Prometna i komunalna infrastruktura

Lošinj bi trebao biti povezaniji s kopnom i susjednim otocima. Veliki broj stanovnika koji su ispunjavali anketu ukazali su na ponovno uvođenje katamaranske linije Zadar- Silba- Mali Lošinj- Pula. Također su česti prijedlozi reorganizacije rada pokretnih mostova, odnosno saniranje i uklanjanje istih. Upozoravaju na problem agresivne, nelegalne vožnje biciklista i motorista centrom grada Malog Lošinja te na šetnicama i plažama. Zahtijevaju pojačanu inspekcijsku kontrolu prometnih prijevoznika (osobito pri prekomjernoj, skupoj naplati i ne izdavanju računa). Od Grada i TZG traže da prijevoznike obvežu na referentno i redovito ažuriranje voznih redova na javnoj oglasnoj ploči. I ove godine negoduju zbog betonizacije otoka i nedozvoljenih građevinskih radova u periodu od mjeseca lipnja do listopada. Osobito se žale na nečistoću okoliša i širenje neugodnog mirisa komunalne infrastrukture na više gradskih područja.

Prijedlozi:

- uvesti brodsku liniju koja bi povezivala Lošinj s Pagom i s Rabom te Venecijom i Istrom
- češće linijske veze ljeti s otocima Susak, Unije, Ilovik, Srakane
- uvesti više autobusnih linija koje bi povezale sva mjesta na otoku Lošinj i do kasnijih večernjih sati; lokalni autobus
- riješiti problem nedostatka javnog toaleta za putnike
- organizirati usluge i educirati djelatnike na prometnim terminalima; autobusne stanice i trajektnom te zrakoplovnom pristaništu (mogućnost čuvanja prtljage i dr.)
- sankcija vožnje motocikla i bicikla po pješačkim stazama
- lobirati kod Jadrolinije za kvalitetniji prijevoz (dodatne linije) te lobirati kod Hrvatski cesta za izgradnju vijadukta umjesto pokretnog mosta na Privlaci i/ili lobirati da se postojeći most otvara više puta dnevno u kraćem vremenu kako bi se izbjegle gužve na cestama, isto vrijedi i za most u Osoru
- organizirati bolje sinkroniziranje mosta; prijedlog otvaranja mosta u 17 i 17:30 sati
- ponovno uvesti katamaransku liniju Zadar- Silba- Mali Lošinj- Pula
- sanirati cestu na dionici D-100, između Osora i Nerezina te urgirati početak projekta saniranja ceste između Velog i Malog Lošinja, zatim od Osora prema Punta Križi
- povećati broj kanti za otpad za vrijeme glavne turističke sezone; postaviti kante za otpad u Nerezinama
- ukloniti klima uređaje, žice i ostale nepotrebne naprave s pročelja zgrada u centru grada Malog Lošinja
- obratiti pozornost na objektivni rad komunalnih redara u cilju sankcija vlasnika životinja koje onečišćuju javne površine; kažnjavati vlasnike kućnih ljubimaca koji ne vode računa o čistoći (skupljanje izmeta)
- sanirati prekomjerno i nedozvoljeno korištenje terasa ugostiteljskih objekata te neprikladno i nedozvoljeno oglašavanje (svjetleće reklame, drveni stalci nasred putova i izvan dozvoljenih opsega)
- zaposliti više komunalnih inspektora
- pojačati rad i nadzor komunalnih redara na području cijele nadležnosti grada Malog Lošinja (primjerice u Ustrinama je rijetko viđen)
- sanirati napuštene olupine automobila i kućanskih aparata na otoku
- otkriti uzrok i sanirati neugodne mirise (na predjelima: Priko, Kijac, septičke jame, Čikat, Riva lošinjskih kapetana)
- omogućiti više kanti za smeća, osobito na šetnicama te rasvjetu
- redovito čistiti male gradske ulice, osobito u vrijeme najčešće turističke posjećenosti
- kažnjavati vožnju biciklom po šetnicama: Priko i Riva lošinjskih kapetana
- educirati taxi prijevoznike i kontrolirati ih prilikom vršenja naplate (često naplate veću cijenu od ponuđene; neodgovarajući omjer cijene za uslugu)
- osigurati više javnih toaleta
- urgirati Hrvatskim šumama te sanirati stare i trule borove grane, osobito na šetnicama i plažama

- omogućiti građanima kontejnere za krupni otpad barem u periodima izvan ljetnih mjeseci
- kako ne bi više vozili centrom grada Malog Lošinja, ugostiteljskim i trgovačkim objektima omogućiti/preporučiti električna vozila

4) Parking

Nedostatak parkirnih mjesta (osobito na plažama i određenim ulicama), preskupe cijene prilikom naplate parkinga.

Prijedlozi:

- ukinuti naplatu parkinga, osim u centru grada Malog Lošinja
- urediti parking u Ustrinama i Artatorama
- smanjiti cijenu parkinga, za pojam stanovnika je preskupa
- omogućiti te urediti parking na Bočacu

5.) Poboljšati trgovačku i ugostiteljsku ponudu otoka

Ugostiteljskom i turističkom osoblju obavezno su potrebne edukacije. Osoblje u agencijama, ugostiteljstvu i trgovinama nije uvijek na nivou kvalitete usluge, ponekad su neljubazni, a osobito je agresivno zaustavljanje gostiju i pozivanje u objekt, na terasu i slično. Gosti su nezadovoljni skupom hranom u ugostiteljskim objektima (restoranima) te nedostatkom ponude autohtonih proizvoda i otočnih jela u istima.

Najviše stanovnika navelo je **Muzej Apoksiomena** kao ovogodišnji najkvalitetniji objekt i sadržaj (56 glasova). Odmah nakon, s najvećim brojem pohvala i glasova slijede: Tematski vidikovac Providenca (14 glasova), restoran Bocca Vera (13 glasova), restoran Za kantuni (10 glasova) te s nešto manje glasova: restoran Marina u Velom Lošinju (6 glasova), Grill bar Lanterna (6 glasova), slastičarna Moby dick (6 glasova), Borik Mediterranean bar (6 glasova), restoran Papa bepi (5 glasova) i drugi.

Prijedlozi:

- poboljšati razinu usluge ugostiteljstva i trgovine - ulaganje u kadrove, edukacije
- veća ponuda domaćih specijaliteta u ugostiteljskim objektima
- pojačati promociju privatnog smještaja
- proširiti gastro- ugostiteljsku ponudu
- ponuda vegeterijanske prehrane i antialergenih proizvoda + gluten free
- ukinuti naplatu ulaza u Naturistički kamp Baldarin kako bi samo došli do Marketa čija ponuda je nezadovoljavajuća (staro voće i povrće)
- potaknuti redovitu komunikaciju između Grada, TZG, hotelijera, kulturnih institucija; Muzeja Apoksiomena i Lošinjskog muzeja
- spriječiti neprimjerene promocije i oglašavanja, ograničiti 'izbacivanje' robe i proizvoda na ulice
- produžiti radno vrijeme ugostiteljskih objekata

- uvesti nove sadržaje zdravstvenog turizma
- osigurati trgovinu u Ustrinama
- organizirati više događanja na moru (sportovi na vodi, regate i drugo po uzoru na slavnu lošinjsku pomorsku prošlost)
- potaknuti i motivirati iznajmljivače da u svojim kapacitetima osiguraju promotivne materijale i informacije
- bolja promocija i informiranje gostiju o Apoksiomenu
- organizacija događanja humanitarnog karaktera (donacije građana za pošumljavanje otoka)
- promovirati posjete poznatih ličnosti

6.) Ulaganje u biciklističke staze

Na otoku nema biciklističkih staza, nisu odvojene od pješačkih staza. Biciklisti i motociklisti se voze cestom, šetnicama i plažama.

Prijedlozi:

- uložiti u biciklističke staze koje bi povezale na siguran način Mali Lošinj s ostalim mjestima na otoku
- odvojiti šetnice od biciklističkih staza
- poboljšati kontrolu i kažnjavanje svih prekršaja od strane komunalnih redara
- izraditi biciklističku i planinarsku turističku kartu

7.) Veći izbor domaćih suvenira i lokalnih proizvoda

Trebao bi postojati pristupačan izbor suvernira i lokalnih proizvoda te svježeg voća i povrća na štandovima i lokalnoj tržnici. Štandovi s autohtonim rukotvorinama trebali bi biti stalno na malološinjskom trgu te ostalim manjim mjestima na otoku, umjesto da ih se 'skriva'.

Prijedlozi:

- organizirati sajmove lokalnih suvenira i proizvoda u Malom Lošinju na reprezentativnim mjestima, ali i u manjim mjestima na otoku;
- omogućiti lokalnim proizvođačima prezentaciju proizvoda na štandovima
- izgraditi tržnicu kvalitetne, autohtone robe i proizvoda

8.) Ostalo

- otvoriti ljekarnu u Nerezinama
- otvoriti dućan u Ustrinama
- nužno, uz uvođenje signalizacije, konzervirati Osor i sanirati raspadajuće arheološke objekte
- ukinuti davanja za spomeničku baštinu kako bi mogli ulagati u svoje zgrade

- što hitnije imenovati odgovornu osobu u Turističkoj zajednici Grada Malog Lošinja
- urediti igralište ispod gušterne crkve Sv. Marije
- urgirati poduzeću Jadranka trgovine d.o.o. da se pobrinu za okoliš oko svojih marketa i drugih prodajnih mjesta

9.) Gradska uprava

Stanovnici su nezadovoljni nepoštivanjem radnog vremena Gradske uprave i administracijom te ukazuju na redovito održavanje tribina i drugih načina online i offline komunikacije te e-uprave i anketiranja građana. Predlažu otvaranje zasebnog odjela za suradnju s građanima te manjih gradskih odbora. Apeliraju na zabranu građevinskih radova od lipnja do listopada.

Prijedlozi:

- suradnja sa stanovništvom, poboljšati komunikaciju i javno informiranje
- formirati manje gradske odbore (po 'kvartovima')
- dozvoliti građevinske radove od listopada do Uskrsa (ako se turistička ponuda pokušava koncentrirati i na periode izvan ljetne sezone, onda i omogućiti provođenje iste)
- urgirati na rješavanje problema dugotrajne i iscrpljujuće administracije (papirologije)
- redovito održavati tribine i anketiranje građana
- emitirati putem radio stanice zaključke s Gradskih sjednica
- omogućiti lakši pristup mladima pri kupnji nekretnina u gradu; cilj je privući mlade i zadržati ih na otoku
- mjeriti obećano s realiziranim
- urgirati Vladi rješavanje problema napuštenih vojnih zgrada na Velopinu
- provoditi zakon i pravila ravnomjerno prema svima (osobito se odnosi na ugostiteljske objekte)
- omogućiti slobodno iznošenje prijedloga putem službene gradske web stranice (sistem; pitanje- odgovor)
- uvesti oglasne ploče sa skupnim informacijama o voznim redovima trajekata, autobusa, katamaran, taxi prijevoznika (i cijene) i dr.
- otvoriti odjel za suradnju s građanima (uvjet da djelatnici nisu učlanjeni ni pristaše političkih stranki već zastupaju interes građana)
- koncentrirati se na uvođenje smeđe signalizacije (postaviti table s oznakama kulturnih atrakcija/znamenitosti i nalazišta u Osoru)
- produžiti vrijeme prijema stranki u gradskim odjelima
- poštovati radno vrijeme gradskih odjela
- poboljšati online komunikaciju s građanima, redovito prosljeđivati mailove, newslettere i obavijesti o nadolazećim planovima, projektima i događanjima
- uvesti više e-uprave
- ukazati i pomoći građanima da uredе fasade i okućnice kroz određen poticaje, edukacije, opomene i kazne. Ukloniti nepotrebne elemente na fasadama i krovovima, uz pomoć građevinske inspekcije

- urediti igralište na Zagazinama, dolazi do oštećenja vozila slijedom dječje igre (loptanja)
- učinkovitija kontrola naplata javnih davanja

Pohvale:

- brzom i kvalitetnom odgovoru gradskih službi putem e- maila
- kvalitetnom i potpunom informiranju od strane određenih gradskih odjela
- kroz posljednjih nekoliko godina primjećen je trud i napredak u radu gradske uprave

10.) Turistička zajednica Grada Malog Lošinja

Stanovnici smatraju da je potrebna kvalitetnija komunikacija i podrška lokalnim proizvođačima, umjetnicima i iznajmljivačima u vidu online i offline komunikacije s ciljem stvaranja kvalitetnije ponude i sadržaja. Također urgiraju djelatnicima Turističke zajednice na intenzivniju promociju destinacije na ključnim svjetskim emitivnim tržištima. Traže redovite izlaske i obilaske terena kako bi se kvalitetnije donosile prosudbe postojećeg stanja, zatim planovi i prijedlozi.

Prijedlozi:

- unaprijediti informiranje građana i gostiju o manifestacijama i događanjima na otoku
- surađivati i s manjim obrtnicima i objektima (ne samo s velikim poduzećima)
- urgirati i koordinirati poboljšanje zabavne ponude, osobito za mlade
- urgirati na bolje označavanje; signalizaciju u turističkim mjestima
- pojačati promociju privatnih iznajmljivača
- uvesti ocjenjivanje ugostiteljskih i trgovačkih objekata, izbor najljubaznijeg turističkog djelatnika, nagrađivanje najkvalitetnijih mladih turističkih djelatnika
- poticati Grad na uređenje šetnica i biciklističkih staza
- zaustaviti betonizaciju uvale Čikat, raditi na poticanju i buđenju svijesti o očuvanju okoliša i prirodnih bogatstava arhipelaga
- organizirati sajmove otočnih proizvoda
- usredotočiti se na edukaciju i kontrolu/provjere turističkih vodiča (ne raspolažu dovoljnom količinom informacija o povijesti Lošinja i zaslužnim stanovnicima, ličnostima)
- aktivno se uključivati u rješavanje primjedbi svojih gostiju i turističkih djelatnika
- urgirati na hitno rješavanje građevinskih radnji u nedozvoljenom periodu te urgirati na zaustavljanje radova barem od lipnja do listopada
- koncentrirati se i na svjetsku promociju
- organizirati eko akcije čišćenja okoliša
- poboljšati promociju zdravstvenog turizma
- upoznati stanovništvo sa zdravstvenom ponudom i programima, kako bi dalje mogli preporučiti svojim gostima

- dati prijedlog izletnicima da rade izlete i na drugim uvalama i plažama
- urgirati na uvođenje kriterija za izlaganje robe ispred dućana (smanjiti broj dućana koji nude identičnu plastičnu robu), također uvesti kriterije za reklamne panoe i oglašavanje ugostiteljskih objekata
- educirati ugostitelje i turističke djelatnike o ljubaznosti i dr.
- poboljšati komunikaciju s turističkom inspekcijom (veliki je broj vlasnika kuća za odmor koji se nelegalno bave iznajmljivanjem i ne prijavljuju turiste)
- koncentrirati se na izgradnju imidža Lošinja kao zapadnoeuropske mediteranske destinacije
- za goste koji ne žele/ ne mogu pratiti online promociju, omogućiti offline promociju; osobito u vrijeme najava događanja- plakati i letci
- koncentrirati se na organizaciju događanja i u okolnim manjim mjestima
- organizirati Dane Apoksiomena (kulturni i sportski sadržaji starih Grka, natjecanje djece, odraslih i slično, Olimpijada s ugostiteljskom, kulturnom i zabavnom ponudom)
- organizirati više interaktivnih događanja (uključiti građane i goste u manifestacije)
- dozvoliti mladom kadru uvođenje novih inovativnijih ideja
- poticati angažman lošinjskih udruga u predstavljanju svoga rada
- regionalno se povezati sa susjednim zemljama i mjestima
- podržati poboljšanje prometne povezanosti te urgirati na nužne brodske, autobusne, zračne linije
- zahtijevati kvalitetne fotografije na temelju kojih se vrši promocija
- promovirati raznovrsne lokacije, autohtonu kuhinju i hranu
- povećati promociju na stranim web portalima
- intenzivnije predstavljanje destinacije na ključnim emitivnim tržištima te na skandinavskom tržištu, SAD- u i Kanadi
- tražiti rješenje nadležnih institucija pri uklanjanju alkoholiziranih osoba pred trgovinama i na javnim mjestima
- omogućiti proizvođačima prezentaciju autohtonih proizvoda bez naknada (osim poreza)
- redovito obilaziti teren i razgovarati s turističkim djelatnicima i gostima
- ostvariti suradnju i promociju lokalnih umjetnika
- poboljšati informiranost građana o mogućnostima sufinanciranja putem mailova i prezentacija
- urgirati na uvođenje lokalnog prijevoza (osim hotelskog busa)
- pozabaviti se ponudom izvan hotelskih objekata
- sudjelovati na turističkim sajmovima

Pohvale:

- Turistička zajednica odrađuje odličan posao; sve češći gosti koji prvi put dolaze u destinaciju (većina njih se odlučila nakon što je vidjela reklamu i online promociju, na internetu)
- zadovoljni radom TZ

REZULTATI ANKETE "ZADOVOLJSTVO GOSTIJU BORAVKOM NA LOŠINJU" 2016. GODINE**Naslov ankete:** "Zadovoljstvo gostiju boravkom na Lošinju"**Termin provođenja ankete:** lipanj, srpanj, kolovoz, rujan 2016. godine**Mjesto provođenja ankete:** ured Turističke zajednice Grada Malog Lošinja**Način provođenja ankete:** online ispunjavanje u Survey Monkey-u (ankete)**Jezici ankete:** hrvatski, engleski, njemački, talijanski, slovenski**Broj pitanja ankete:** 16**Broj ispunjenih anketa:** 249

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja u suradnji s Gradom Mali Lošinj četvrtu godinu za redom provodila je online ankete o zadovoljstvu gostiju boravkom na otoku Lošinju. Cilj ankete je da se dobivenim odgovorima ukaže na potencijalne probleme i nedostatke te unaprijedi usluga i poboljša kvaliteta boravka u destinaciji.

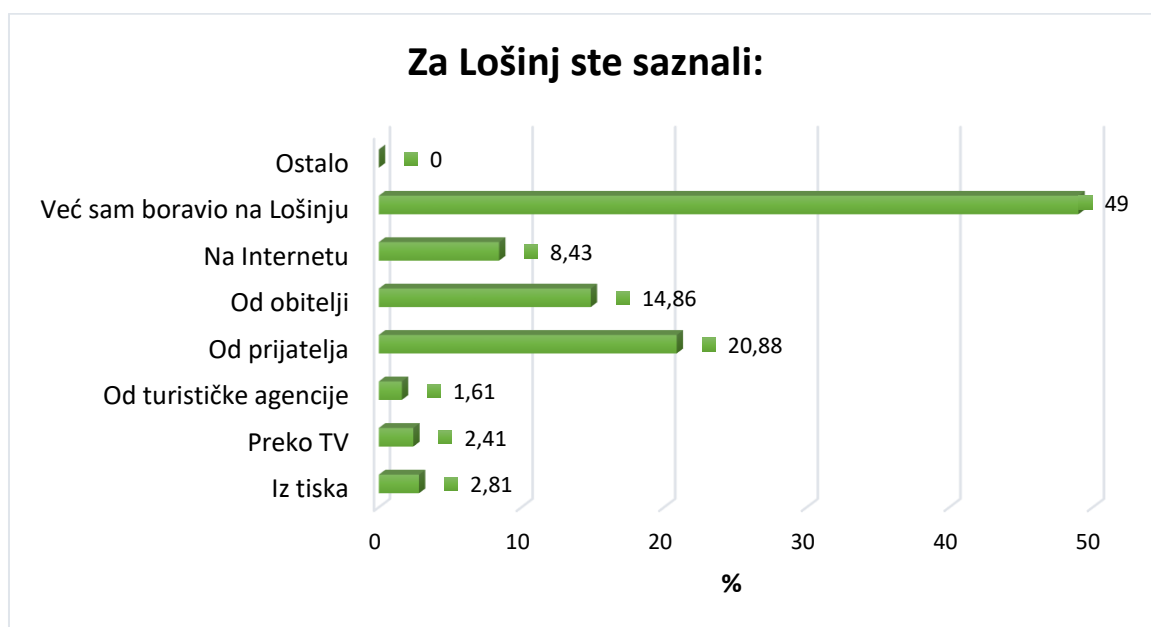
Anketa je sastavljena u Survey Monkey programu, a provodila se online ispunjavanjem od strane gostiju koji su posjetili Lošinj. Linkovi za online ispunjavanje ankete gostima su se slali mailovima, anketa se provodila putem tableta na šalteru Turističkog ureda te na službenoj web i Facebook stranici. Anketama je prikupljeno 249 odgovora na pet jezika i to na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku. Ankete su se sastojale od destinacijskih pitanja te ocjenjivanja turističkih usluga.

REZULTATI DESTINACIJSKIH PITANJA

Prilikom ispunjavanja anketa, 49 % posjetitelja u svojim odgovorima navelo je kako su već boravili na Lošinju, dok su za Lošinj ostali posjetitelji saznali od prijatelja (20,88 %), zatim od obitelji (14,86 %), putem interneta (8,43 %), putem tiska (2,81 %) i televizije (2,41 %) te najmanje posredstvom turističkih agencija (1,61 %).

U odnosu na prethodnu 2015. godinu, povećao se broj posjetitelja koji su već boravili na Lošinju (s 37,69 na 49%), također se povećao broj posjetitelja koji su za Lošinj saznali putem tiska (s 0,76 na 2,81%) te putem televizije (s 2,30 na 2,41%). I ove godine postotak gostiju koji su za Lošinj saznali posredstvom obitelji ostao je nepromijenjen (s 14,61 na 14,86%). Najmanje posjetitelja saznalo je za Lošinj od prijatelja (s 30,76 na 20,88%), interneta (s 9,23 na 8,43%) te posredstvom turističkih agencija (s 2,30 na 1,61%).

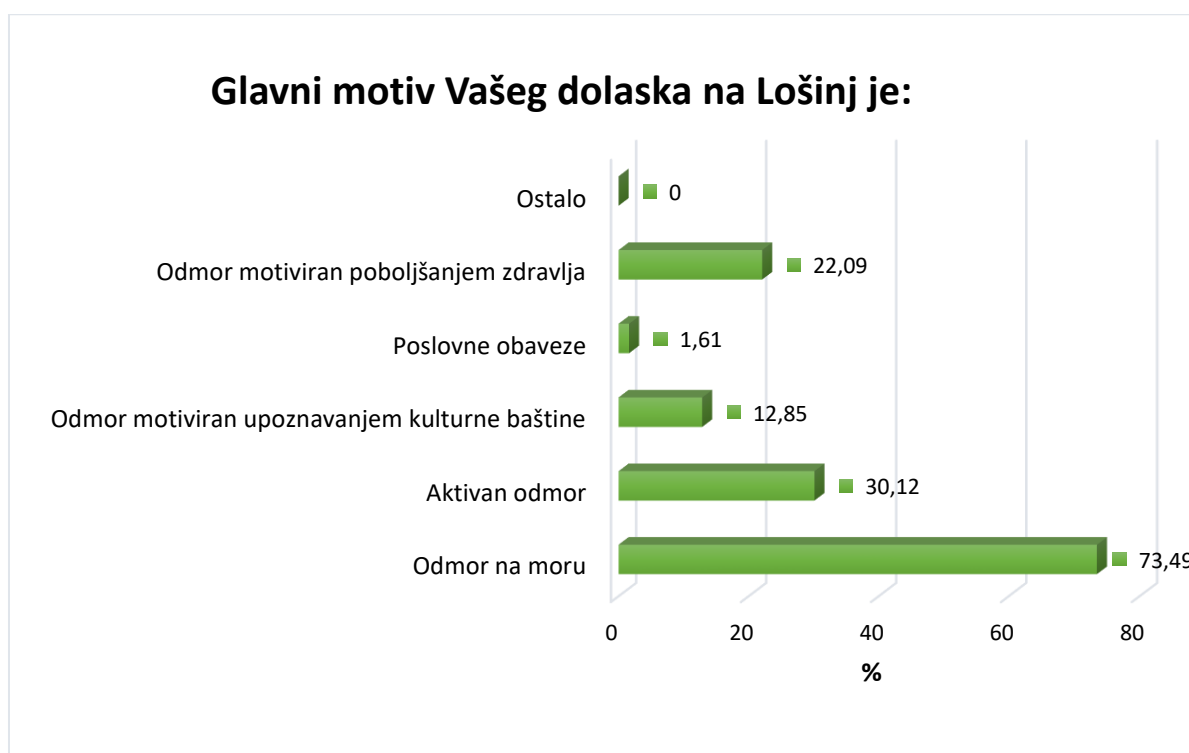
Za Lošinj ste saznali:	%
Iz tiska	2,81
Preko TV	2,41
Od turističke agencije	1,61
Od prijatelja	20,88
Od obitelji	14,86
Na Internetu	8,43
Već sam boravio na Lošinj	49,00
Ostalo	/



Glavni motiv dolaska gostiju na Lošinj je odmor na moru (73,49%), zatim slijedi mogućnost provođenja aktivnog odmora (30,12%), odmor motiviran poboljšanjem zdravlja (22,09%), odmor motiviran upoznavanjem kulturne baštine (12,85%), dok najmanje ljudi posjećuje Lošinj radi poslovnih obveza (1,61%).

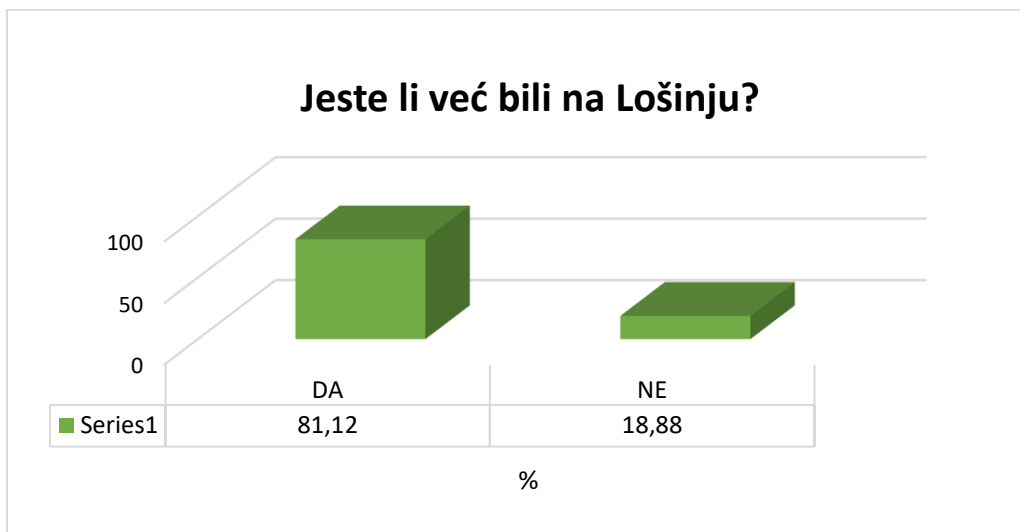
Broj posjetitelja koji kao razlog posjeta Lošinj navode odmor na moru ove se godine povećao (sa 71,53 na 73,49%), kao i aktivan odmor (s 24,61 na 30,12%), odmor motiviran upoznavanjem kulturne baštine (s 5,38 na 12,85%) te motiviran poboljšanjem zdravlja (s 10,76 na 22,09%). Poslovne obaveze i ove su godine nešto manji motiv dolazaka gostiju u destinaciju (s 2,30 na 1,61%).

Glavni motiv Vašeg dolaska na Lošinj je:	%
Odmor na moru	73,49
Aktivan odmor	30,12
Odmor motiviran upoznavanjem kulturne baštine	12,85
Poslovne obaveze	1,61
Odmor motiviran poboljšanjem zdravlja	22,09
Ostalo	/



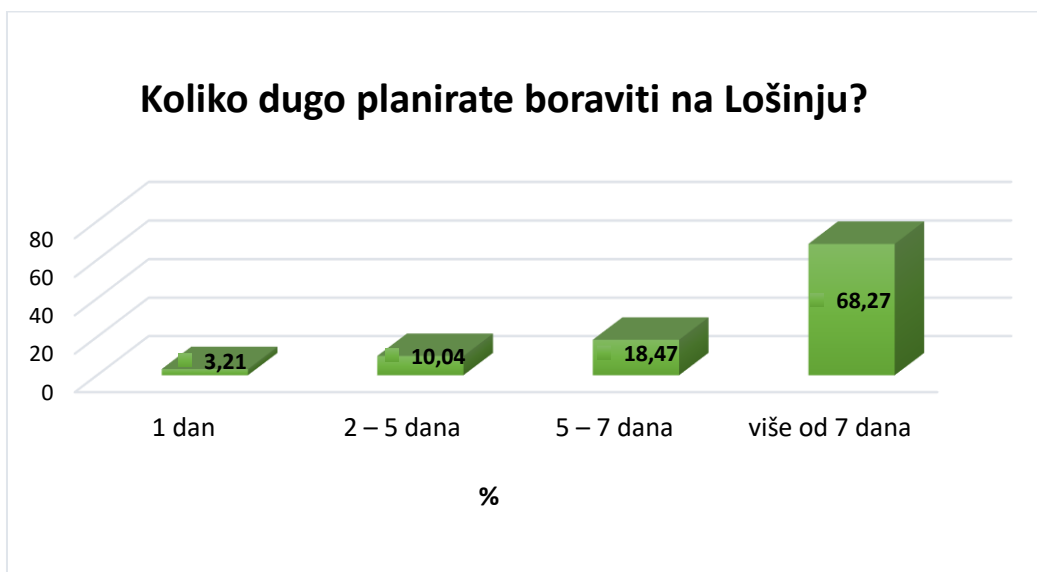
81,12 % gostiju već je posjetilo i boravilo na Lošinj, dok njih 18,88 % nije ranije boravilo u destinaciji.

Jeste li već bili na Lošinj	%
DA	81,12
NE	18,88



Najveći postotak gostiju zadržao se u destinaciji više od 7 dana (68,27%), zatim u trajanju od 5 do 7 dana (18,47%, od 2 do 5 dana (10,04%) i najmanje ih je posjetilo otok Lošinj na 1 dan (3,21%).

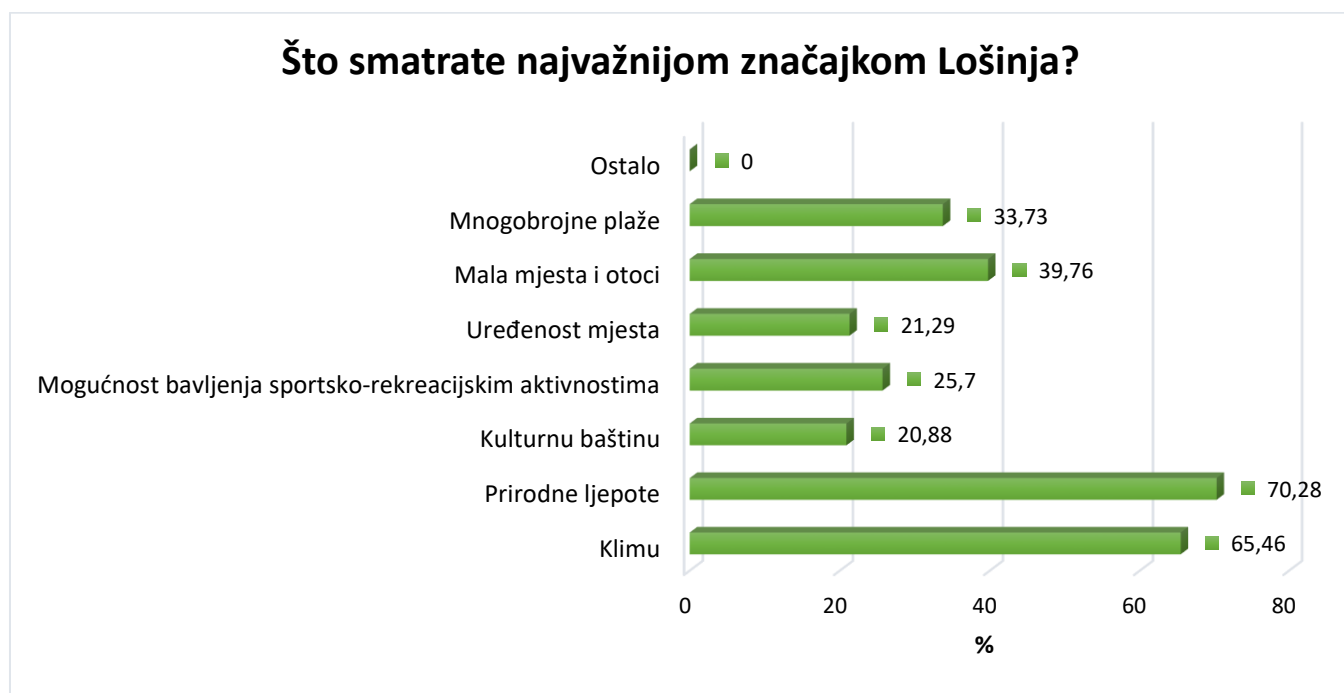
Koliko dugo planirate boraviti na Lošinju?	%
1 dan	3,21
2 – 5 dana	10,04
5 – 7 dana	18,47
više od 7 dana	68,27



Gosti smatraju da su najvažnija atrakcija otoka Lošinja njegove brojne prirodne ljepote (70,28%), zatim klima otoka (65,46%), mala mjesta i otoci (39,76%), mnogobrojne plaže (33,73%), mogućnost bavljenja raznim sportsko-rekreacijskim sadržajima (25,70%) te uređenost mjesta (21,29%) i kulturna baština (20,88%).

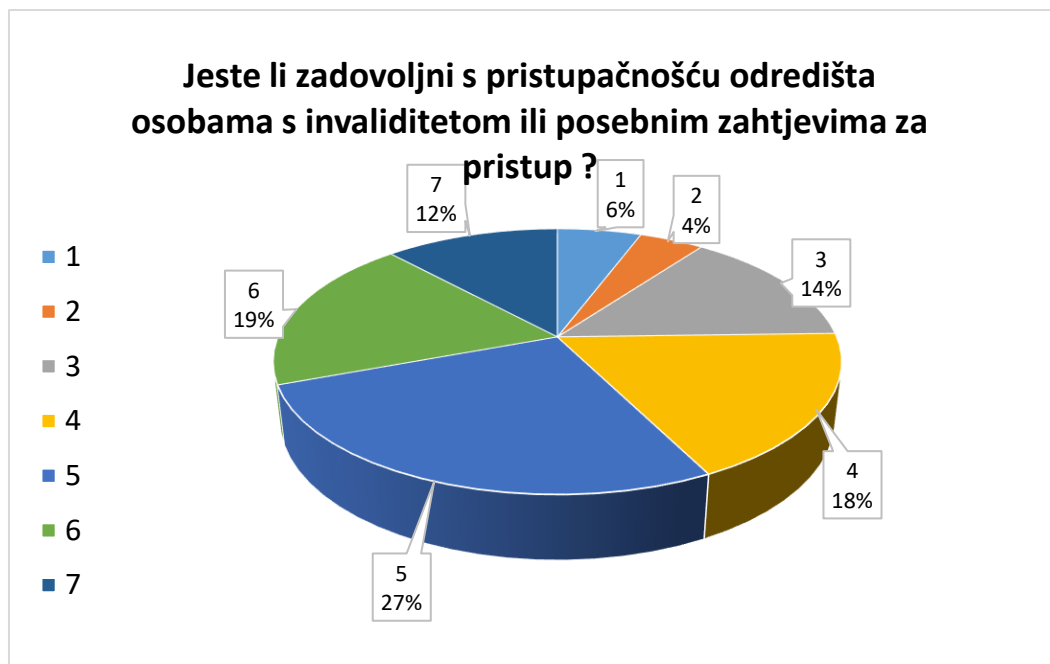
U odnosu na proteklu godinu, povećao se broj gostiju koji smatraju da su najvažnija atrakcija otoka njegova klima (s 33,07 na 65,46%), prirodne ljepote (sa 70,28 na 70,28%), mala mjesta i otoci (s 36,15 na 39,76%), mnogobrojne plaže (s 30 na 33,73%), kulturna baština (s 13,07 na 20,88%), mogućnost bavljenja sportsko rekreacijskim aktivnostima (s 10 na 21,29%) i uređenost mjesta (s 10,76 na 21,29%).

Što smatrate najvažnijom značajkom Lošinja?	%
Klimu	65,46
Prirodne ljepote	70,28
Kulturnu baštinu	20,88
Mogućnost bavljenja sportsko-rekreacijskim aktivnostima	25,70
Uređenost mjesta	21,29
Mala mjesta i otoci	39,76
Mnogobrojne plaže	33,73
Ostalo	/



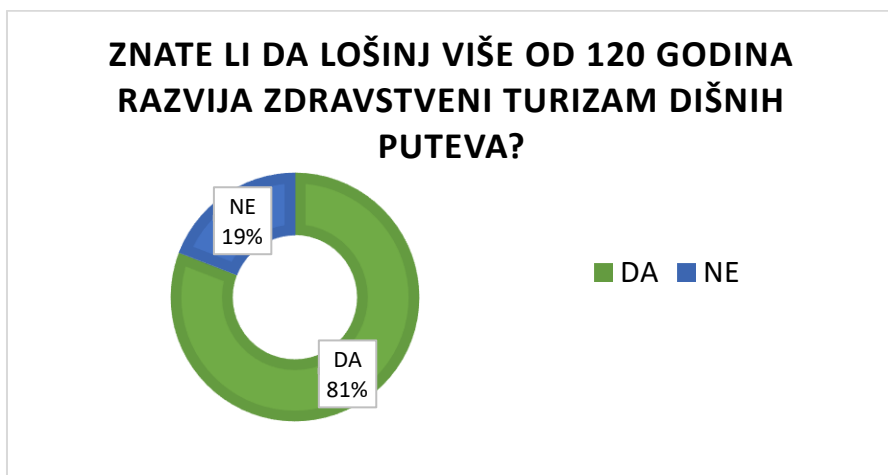
Gosti su svoje zadovoljstvo s pristupačnošću odredišta osobama s invaliditetom ili posebnim zahtjevima za pristup (dječja kolica i slično) ocijenili ocjenom 4,7 (zadovoljstvo je bilo moguće ocijeniti rasponom ocjena od 1 do 7).

Jeste li zadovoljni s pristupačnošću odredišta osobama s invaliditetom ili posebnim zahtjevima za pristup (dječje kolica, itd.)?	%
Ocjena 1	5,83
Ocjena 2	4,48
Ocjena 3	14,80
Ocjena 4	18,39
Ocjena 5	27,35
Ocjena 6	19,28
Ocjena 7	12,11



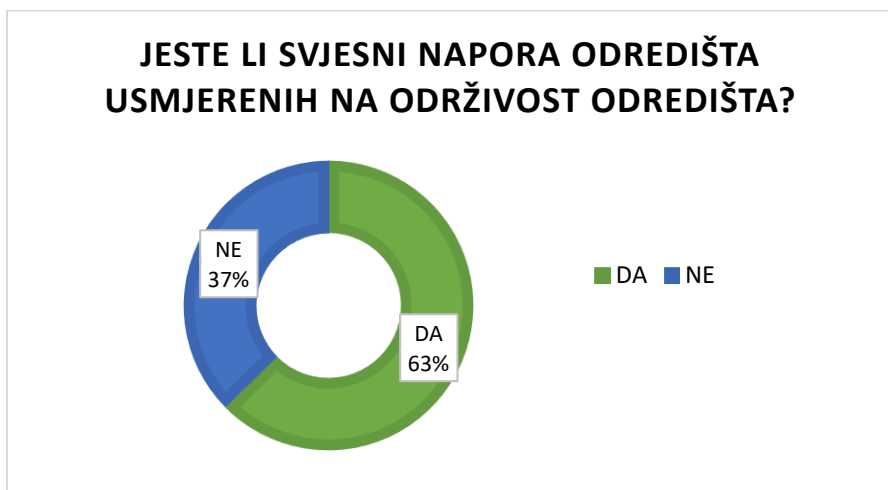
80,88 % gostiju koji su boravili na Lošinju upoznati su s činjenicom da Lošinj već više od 120 godina razvija zdravstveni turizam dišnih puteva. 19,12% gostiju nije upoznato s tim podatkom, što je 20% manje u odnosu na prethodnu 2015. godinu.

Znate li da Lošinj više od 120 godina razvija zdravstveni turizam dišnih puteva?	%
DA	80,88
NE	19,12



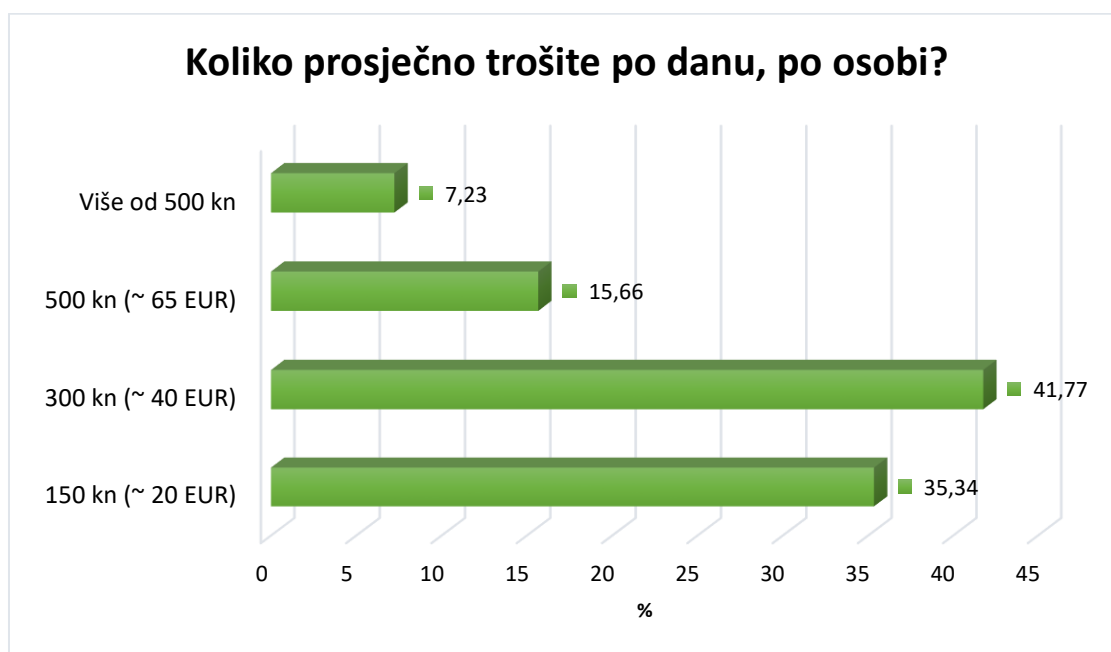
62,65 % gostiju svjesno je napora odredišta usmjerenih na održivost odredišta, međutim 37,35 % gostiju nije svjesno napora, odnosno smatra da je ulaganje u održivost otoka nezamjetno.

Jeste li svjesni napora odredišta usmjerenih na održivost odredišta?	%
DA	62,65
NE	37,35



Prosječnu dnevnu potrošnju od 150 kuna po osobi evidentiralo je 35,34 % gostiju, dok je 41,77 % gostiju evidentiralo prosječnu dnevnu potrošnju od 300 kuna te 15,66 % potrošnju od 500 kuna. Najmanje gostiju, njih 7,23 %, dnevno troši više od 500 kuna.

Koliko prosječno trošite po danu, po osobi:	%
150 kn (~ 20 EUR)	35,34
300 kn (~ 40 EUR)	41,77
500 kn (~ 65 EUR)	15,66
Više od 500 kn	7,23



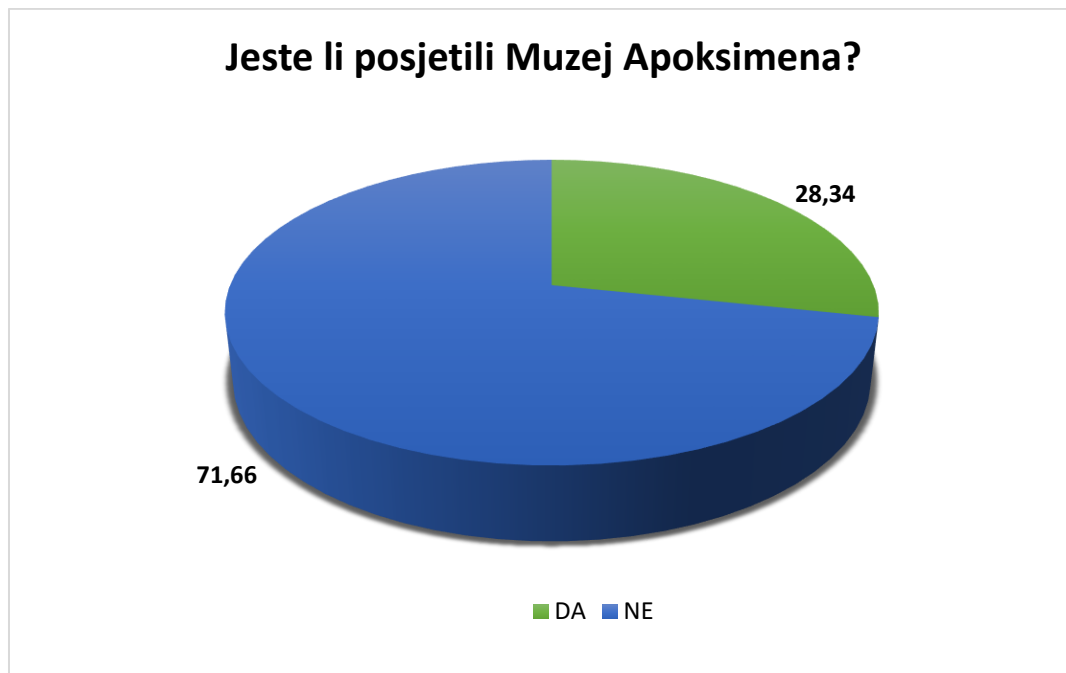
Na upit u kojem su trebali ocijeniti kvalitetu usluge, odnosno da li je dobivena kvaliteta usluge u destinaciji ispunila njihova očekivanja, gosti su najvećom ocjenom ocijenili ljubaznost domaćina (5,86) i čistoću smještaja u kojem su boravili (5,97). Od ukupno 7 ocjena, očekivanja su ispunjena dostupnošću informacija i promidžbenim materijalima (5,83) i pogodnošću za boravak s djecom (5,80). Uređenost okoliša (5,70) i dostupnost bežičnim internetom (4,91) ocijenjeni su nešto manjim ocjenama.

Je li kvaliteta usluge na Lošinju na razini Vaših očekivanja? Molimo ocijenite navedeno (1- najlošije do 7 – najbolje)	Prosječna ocjena:
Ljubaznost domaćina	5,86
Uređenost okoliša	5,70
Čistoća smještaja	5,97
Dostupnost informacijama i promidžbenim materijalima	5,83
Pogodnost za boravak s djecom	5,80
Dostupnost bežičnom internetu (wi-fi)	4,91

Od ukupno 249 ispunjenih anketa u kojima su gosti između ostalog pisali svoje prijedloge, kritike, zatim ocjenjivali zadovoljstvo turističkim uslugama i cjelokupnom destinacijskom ponudom, 28,34 % gostiju posjetilo je novootvoreni Muzej Apoksiomena, dok njih 71,66% nije.



Jeste li posjetili Muzej Apoksimena?	%
DA	28,34
NE	71,66



Prilikom ocjenjivanja zadovoljstva razinom kvalitete turističke ponude Lošinja (gdje je 1- najlošija ocjena, a 7- najbolja), najvećom ocjenom gosti su ocijenili očuvanosti prirodnog okoliša (5,74), zatim kvalitetu i raznolikost ponude sporta i rekreacije (5,67) te kvalitetu i raznolikost ponude sporta i rekreacije (5,65). Slijedi uređenost i opremljenost šetnica i staza (5,60), lokalni proizvodi i suveniri (5,55), čistoća plaža i raznolikost kulturno povijesnih znamenitosti (5,46), uređenost i opremljenost plaža (5,25) te raznolikost ponude događanja u destinaciji (5,18). S time je poredak ostao gotovo jednak kao protekle 2015. godine. Baš kao i prethodne godine, gosti su najmanje zadovoljni kvalitetom ponude noćnog života (4,74), a ove godine najmanjom ocjenom ocijenili su zadovoljstvo Muzejom Apoksiomena (4,40).

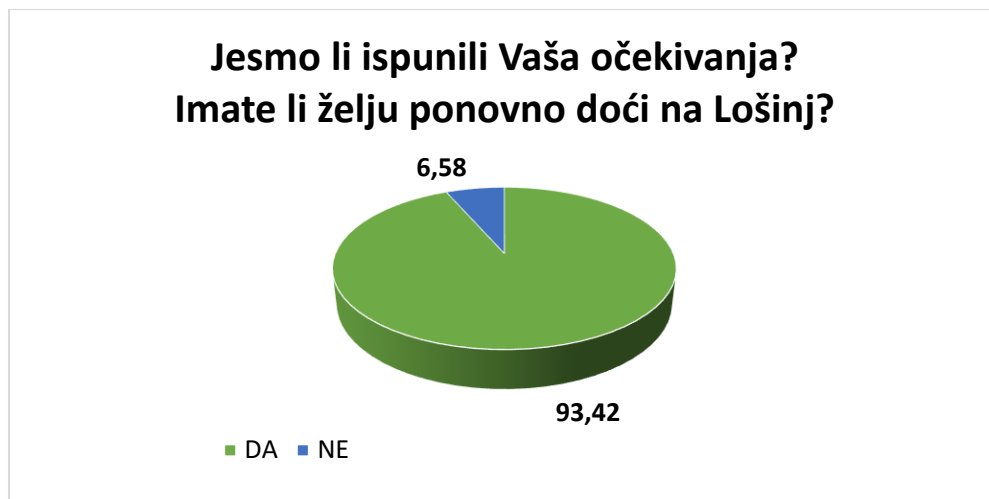
Zadovoljstvo kvalitetom turističke ponude Lošinja:	Prosječna ocjena:
Raznolikost kulturno povijesnih znamenitosti	5,46
Muzej Apoksiomena	4,40
Očuvanost prirodnog okoliša	5,74
Čistoća plaža	5,46
Uređenost i opremljenost plaža	5,25
Uređenost i opremljenost šetnica i staza	5,60
Raznolikost i kvaliteta ugostiteljske ponude	5,67
Lokalni proizvodi i suveniri	5,55
Kvaliteta i raznolikost ponude sporta i rekreacije	5,65
Raznolikost ponude događanja u destinaciji	5,18
Kvaliteta ponude noćnog života u destinaciji	4,74

Zadovoljstvo kvalitetom turističke ponude Lošinja:



93,42 % gostiju želi se ponovno vratiti na Lošinj što je 1% manje od prethodne 2015. godine.

Jesmo li ispunili Vaša očekivanja? Imate li želju ponovno doći na Lošinj?	%
DA	93,42
NE	6,58



95,18 % gostiju preporučilo bi Lošinj svojoj, obitelji, prijateljima i poznanicima kao destinaciju za odmor. S obzirom na prethodnu 2015. godinu, kada je 94,4 % osoba izrazilo želju za povratkom, zabilježeno je povećanje od neznatnih 1 %.

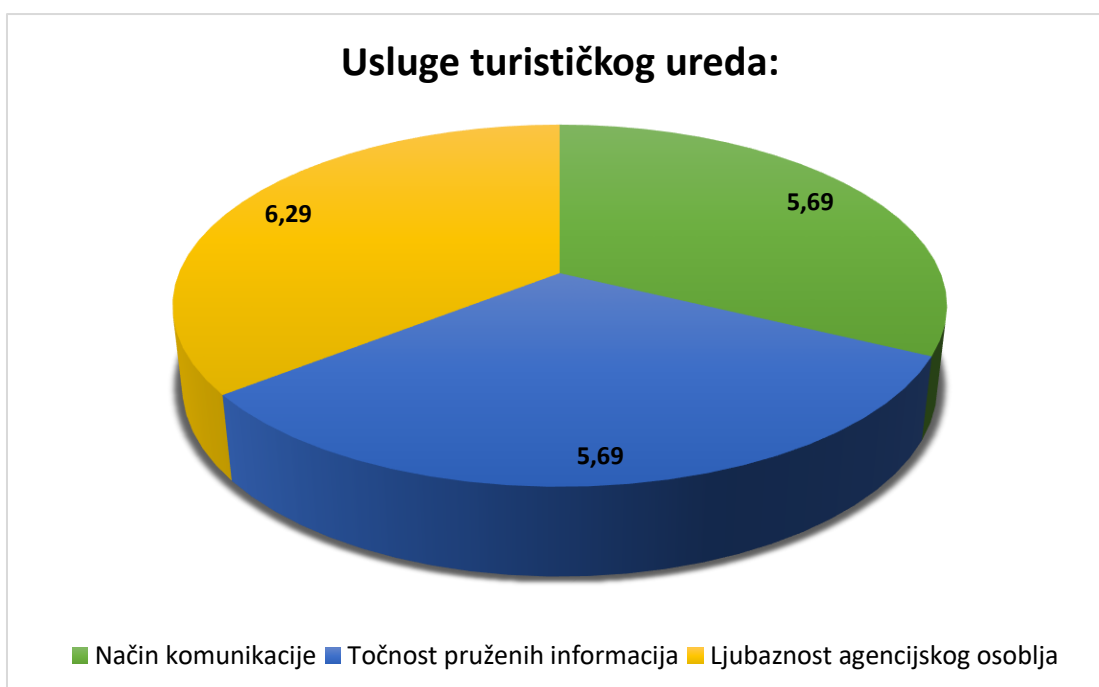
Biste li ga preporučili Lošinj Vašoj obitelji i prijateljima?	%
DA	95,18
NE	4,82



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA MALOG LOŠINJA

Gosti su također ocjenjivali i rad djelatnika na šalteru Turističkog ureda. Najvećom ocjenom ocijenjena je ljubaznost agencijskog osoblja (6,29), zatim točnost pruženih informacija (5,69) i način komunikacije (5,69). Ljubaznost agencijskog osoblja se u odnosu na proteklu 2015. godinu povećala (s 5,92 na 6,29).

Usluge turističkog ureda:	Prosječna ocjena:
Način komunikacije	5,69
Točnost pruženih informacija	5,69
Ljubaznost agencijskog osoblja	6,29



PRIMJEDBE I PRIJEDLOZI GOSTIJU U ONLINE ANKETAMA PROVEDENIM 2016. GODINE**PRIMJEDBE:****1.) Manifestacije**

Veliki broj gostiju izrazilo je nezadovoljstvo ponudom manifestacija. Gosti smatraju kako bi trebalo povećati raznolikost ponude događanja u destinaciji, osobito kulturnih.

Prijedlozi:

- povećati broj koncerata, edukativnih sadržaja i radionica
- prilagoditi manifestacije mladim osobama
- organizirati manifestacije s promocijom i ponudom lokalne gastronomije i autohtonih proizvoda i suvenira
- poboljšati marketing promociju te agresivnije promovirati Lošinj kao zdravstvenu destinaciju- za poboljšanje zdravlja
- poboljšati ponudu noćnog života
- povećati ponudu kulturnih događanja u destinaciji

2.) Poboljšati turističku i ugostiteljsku ponudu otoka

Osoblje zaposleno u uslužnim djelatnostima (agencijama, ugostiteljstvu i trgovinama) nije uvijek na nivou kvalitete usluge.

Prijedlozi:

- poboljšati razinu ugostiteljske usluge (poboljšati profesionalnost i uslužnost ugostiteljskih djelatnika te drugih u uslužnim djelatnostima); ulaganje u kadrove
- više pažnje posvetiti u smjeru razvoja ponude za mlade, te na otocima
- podržati lokalnu gastronomiju i povećati/ poboljšati ugostiteljsku ponudu autohtone gastronomije
- povećati broj ugostiteljskih objekata u blizini hotela Aurora i Vespera
- povećati raznolikost specijaliziranih restorana (tematski objekti i ponuda)
- u ponudu uvrstiti dodatne programe za slovenske goste u smještajnim objektima (na slovenskom jeziku)
- organizirati autobusne jednodnevne izlete – obilazak Lošinja i Cresa
- potaknuti proizvodnju i prodaju autohtonih proizvoda
- sanirati zapuštene turističke objekte
- omogućiti/ osposobiti sidrište za jahte kako ne se ne bi morali oslanjati na marine
- povećati kvalitetu i kategorizaciju smještajnih kapaciteta
- postaviti info punktove po djelatnostima (pr. za taxi boat dostupni su samo kontakti)
- povećati ponudu sportskih aktivnosti na vodi

3.) Bolja prometna povezanost

Kao učestalu primjedbu gosti već godinama navode nedovoljnu prometnu povezanost otoka Lošinja s kopnom te otocima. Baš kao i prethodne 2015. godine, aludiraju na poboljšanje brodske povezanosti s Istrom, Italijom i drugim kvarnerskim te dalmatinskim otocima. Kao destinacijski problem navode preskupu ponudu lokalnih prijevoznika, osobito taxi prijevoznika te nedostatak parkirnih mjesta. Najviše gostiju predložilo je uvođenje gradskog linijskog busa, kao i povoljnijih autobusnih linija koje bi prometovale na relaciji Zagreb- Mali Lošinj te sanaciju postojećih cestovnih dionica.

Prijedlozi:

- poboljšati brodsku povezanost (učestalije brodske linije do kopna i susjednih otoka), uvesti brodsku liniju koja bi povezivala Lošinj s kvarnerskim i dalmatinskim otocima te Italijom (Venecijom) i Istrom (Pulom)
- češće brodske linijske veze s otocima lošinjskog arhipelaga ljeti
- uvesti gradski prijevoz (autobusnu liniju koja bi povezivala sva mjesta na otoku Lošinj, izuzevši hotelski bus Jadranka hotela d.o.o.)
- poboljšati prometnu dostupnost, osobito cestovni promet (sanacija oštećenih cesta i putova)
- poraditi na kvaliteti prijevoznika (preskupi taxi prijevoznici), ali i u periodima izvan glavne turističke sezone
- omogućiti parkirna mjesta za goste
- uvesti sezonsku turističku autobusnu liniju Zagreb- Lošinj po povoljnijim cijenama

4.) Plaže

Gosti su nezadovoljni čistoćom i nedostatkom sanitarija na pojedinim plažama te sadržajima na plaži. Smatraju da je mali dio obale pristupačan za kupanje.

Prijedlozi:

- urediti te opremiti plaže sanitarnim čvorovima i drugim raznim sadržajima
- omogućiti pristup teže dostupnim plažama (Plieski, Liska Slatina, Jamna i druge) te označiti putokazima ili drugom signalizacijom
- urediti pristup moru na stjenovitim plažama - osobito za osobe s invaliditetom i poteškoćama u kretanju
- osigurati plaže za pse
- urediti plažu i područje na Rovenskoj u Velom Lošinj

5.) Ulaganje u pješačke i biciklističke staze

Na otoku nema biciklističkih staza, nisu odvojene od pješačkih staza. Također, potrebno je obnoviti, označiti i urediti šetnice na otoku te izraditi originalnu pješačku kartu.

Prijedlozi:

- uložiti u biciklističke staze koje bi na siguran način povezale Mali Lošinj s ostalim mjestima na otoku
- odvojiti šetnice od biciklističkih staza
- omogućiti prohodnost puta od kampa Lopari do Nerezina
- obnoviti, označiti i urediti šetnice (raskršiti, urediti putove, postaviti klupice za odmor)
- očistiti šume i putove koji vode do plaža (osobito Balvanida, Plieski, Krivica, Valdarke i dr.)

OSTALI PRIJEDLOZI:

- zadržati prirodno okruženje i očuvati autentičnost- izvornu ljepotu otoka; autohtonu floru i faunu
- dati više potpore razvoju lokalnih znamenitosti (obrta, poljoprivrede i proizvođača suvenira i drugih proizvoda)
- voditi brigu o čistoći okoliša (šuma i plaža osobito), adekvatno upravljati uklanjanjem otpada
- upozoriti vlasnike kućnih ljubimaca na čistoću (određenim znakovima, uputama i sl.)
- promijeniti/olakšati način turističke prijave
- više oznaka i putokaza (u smjeru plaža, marketa, smještajnih objekata, marina i slično)
- omogućiti / poboljšati pristup za osobe s poteškoćama i invaliditetom
- zabraniti građevinske radove za vrijeme intenzivnih turističkih posjeta
- omogućiti/ poboljšati dostupnost internet mreže (wi-fi), pojačati raspon besplatnog wi-fi-a u centru Malog Lošinja
- poboljšati usluge vođenja u Muzeju Apoksiomena

Većina gostiju najpozitivnijim na otoku smatra prirodne ljepote, zelenilo i očuvanu prirodu te mir koji pruža otok, a kroz određene komentare pohvaljeni su dizajn i struktura Muzeja Apoksiomena.

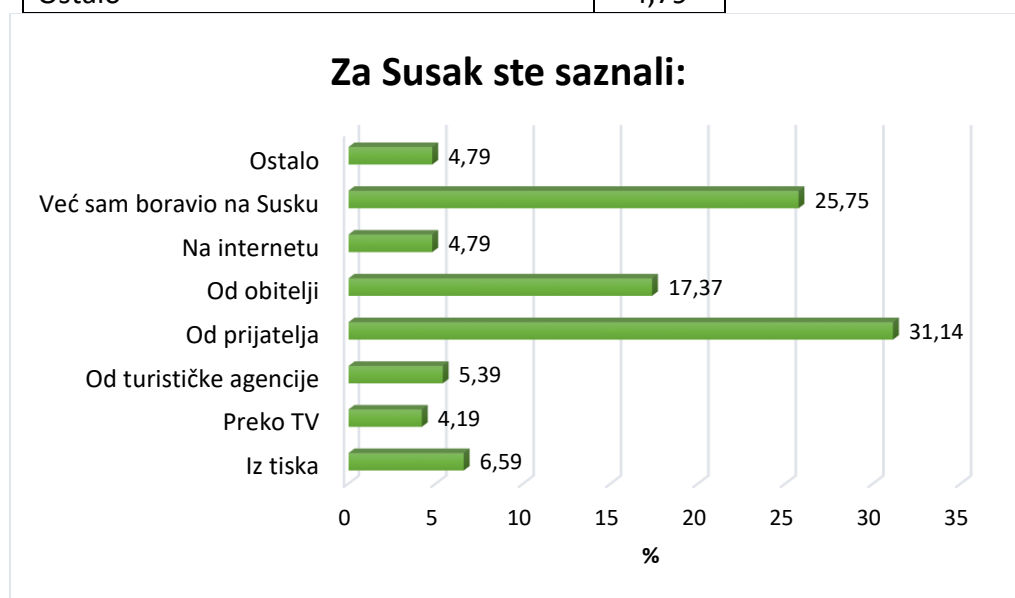
REZULTATI ANKETE "ZADOVOLJSTVO GOSTIJU BORAVKOM NA SUSKU" 2016. GODINE

Posebna anketa o ponudi otoka Suska provodila se tijekom srpnja, kolovoza i rujna u Turističko informativnom centru na Susku i to na pet jezika; hrvatskom, talijanskom, slovenskom, engleskom i njemačkom. U TIC Susak prikupljeno je **159 anketa**.

Najviše gostiju posjetilo je otok Susak zahvaljujući preporuci od prijatelja (31,14%) ili od obitelji (17,37%), a neki su posjetitelji već ranije posjetili otok Susak (25,75%). Najmanje ih je saznalo iz tiska (6,59%), preko TV-a (4,19%) i putem interneta (4,79%). 4,79% ostalih gostiju već je imalo saznanja o otoku zahvaljujući informacija dobivenih na autobusnim, trajektnim i drugim terminalima.

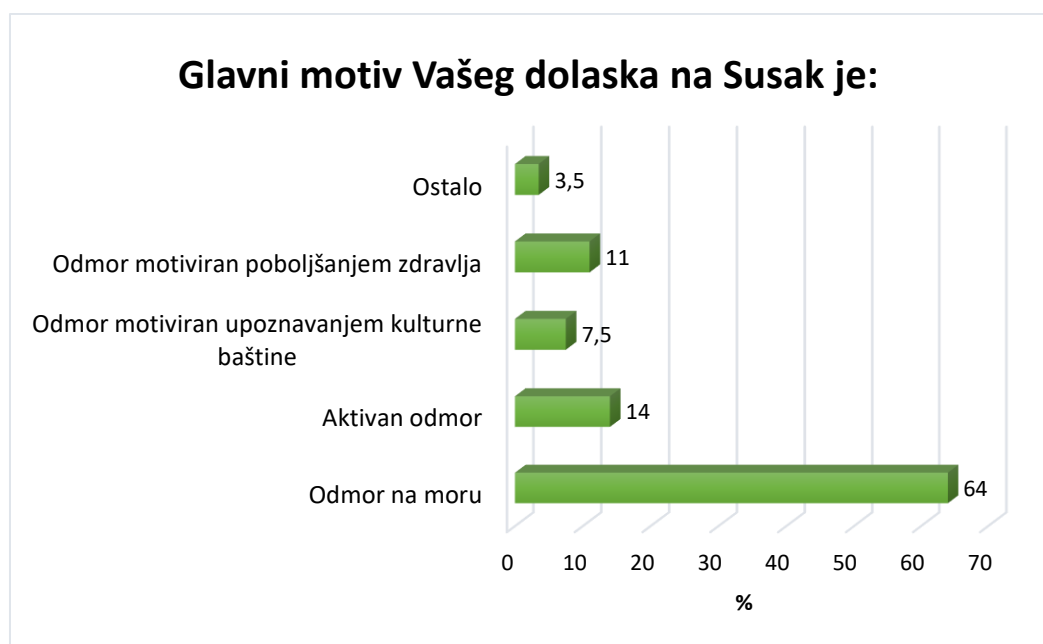
U odnosu na prethodnu 2015. godinu, povećao se broj gostiju koji su za Susak saznali posredstvom turističke agencije (s 0 na 5,39%), iz tiska (s 2,08 na 6,59%), putem televizije (s 2,08 na 4,19%) te putem interneta (s 2,09 na 4,79%), dok se smanjio postotak gostiju koji su za pješčani otok saznali od prijatelja (s 35,42 na 31,14%) te od obitelji (s 33,33 na 17,37%). Također, broj gostiju koji su već boravili na Susku ostao je nepromijenjen.

Za Susak ste saznali:	%
Iz tiska	6,59
Preko TV	4,19
Od turističke agencije	5,39
Od prijatelja	31,14
Od obitelji	17,37
Na internetu	4,79
Već sam boravio na Susku	25,75
Ostalo	4,79



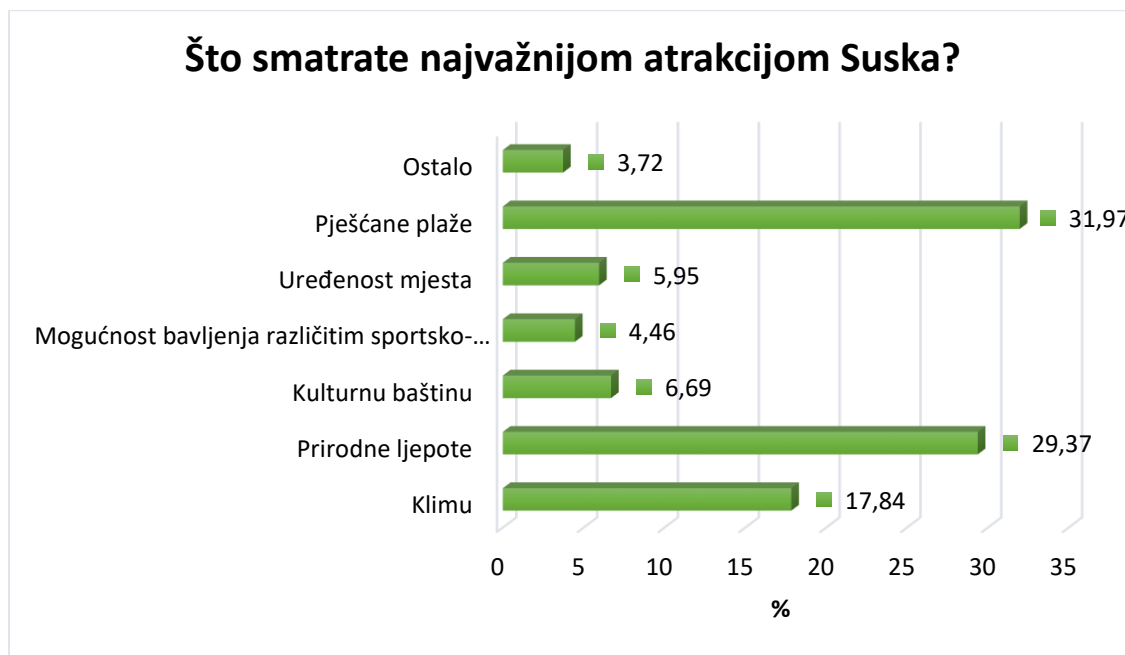
Glavni motiv dolaska na Susak za 64% gostiju je odmor na moru, baš kao i prethodne 2015. godine. Nešto manje gostiju ove je godine motivirano aktivnim odmorom 14% (s 20,45% zabilježenih 2015. godine, u 2016. njih 14%). Nešto manje posjetitelja motivirano je i upoznavanjem kulturne baštine 7,5% (u 2015. 9,09% motiviranih), dok je porastao broj posjetitelja motiviranih poboljšanjem zdravlja (s 5,68% na 11%). 3,5% ostalih gostiju Susak je posjetilo motivirano poslovnom aktivnošću i potragom za mirom i tišinom.

Glavni motiv Vašeg dolaska na Susak je:	%
Odmor na moru	64
Aktivan odmor	14
Odmor motiviran upoznavanjem kulturne baštine	7,5
Odmor motiviran poboljšanjem zdravlja	11
Ostalo	3,5



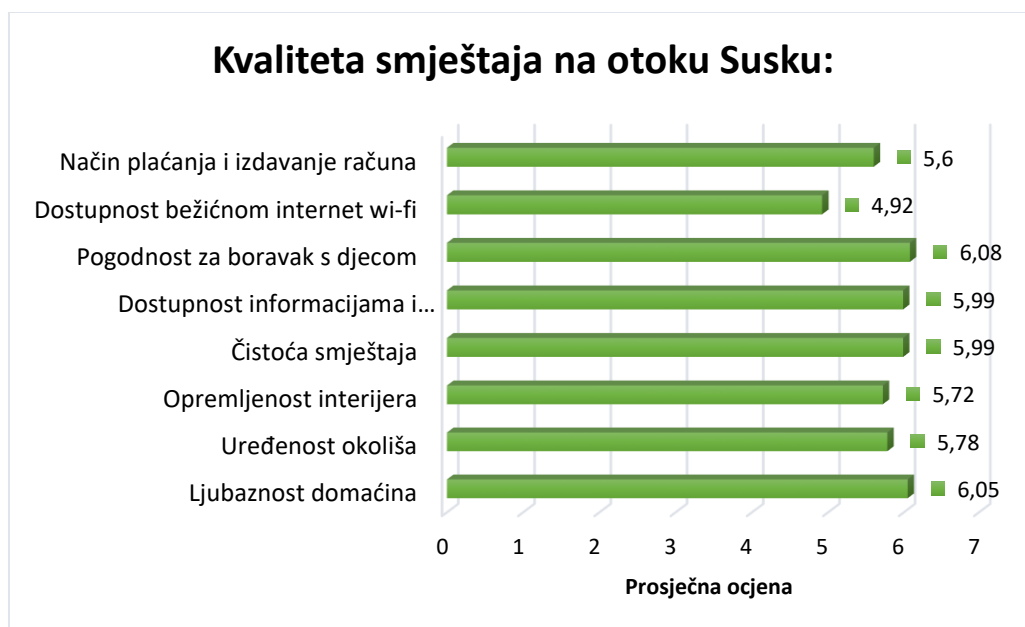
Kao najvažniju atrakciju otoka Suska 31,97% gostiju smatra pješčane plaže (2015. godine 30,82%), zatim prirodne ljepote 29,37% (2015. godine 26,71%) i klimu 17,84% (2015. godine 19,18%). Nešto manji broj posjetitelja smatra kulturnu baštinu najvažnijom atrakcijom Suska 6,69% (2015. godine 11,64%), kao i uređenost mjesta 5,95% (2015. godine 8,9%) te mogućnost bavljenja različitim sportsko rekreativnim aktivnostima 4,46% (2015. godine 2,74%). 3,72% ostalih gostiju smatra kako su ustvari sami mještani i njihov način života izuzetna atrakcija otoka.

Što smatrate najvažnijom atrakcijom Suska?	%
Klimu	17,84
Prirodne ljepote	29,37
Kulturnu baštinu	6,69
Mogućnost bavljenja različitim sportsko-rekreativnim aktivnostima	4,46
Uređenost mjesta	5,95
Pješčane plaže	31,97
Ostalo	3,72



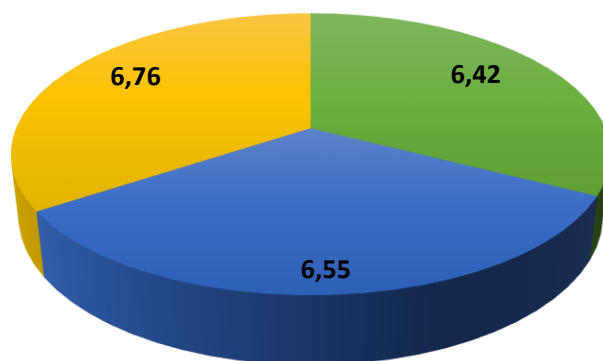
Prilikom ocjenjivanja kvalitete smještaja na otoku Susku ocjenama od 1 do 7, gosti su baš kao i prethodne godine najvećom prosječnom ocjenom ocijenili smještaj pogodan za boravak s djecom (6,08), ljubaznost domaćina (6,05 dok je 2015. godine ocjena bila 5,87), zatim čistoća smještaja (5,99, 2015. ocjena 5,87), dostupnost informacija i promidžbenih materijala (5,99, dok je 2015. ocjena bila 5,64). U odnosu na prethodnu 2015. godinu, gosti su uređenosti okoliša dodijelili neznatno veću ocjenu (5,78, a 2015. 5,44) kao i opremljenosti interijera smještaja u kojem su boravili (5,72, a prethodne godine 5,29). Manja ocjena dodijeljena je načinu plaćanja i izdavanju računa (5,60, a 2015. 5,98) te dostupnosti bežičnom internetom mrežom: wi-fi (4,92, 2015. godine ocjena 5,06).

Kvaliteta smještaja na otoku Susku:	Prosječna ocjena:
Ljubaznost domaćina	6,05
Uređenost okoliša	5,78
Opremljenost interijera	5,72
Čistoća smještaja	5,99
Dostupnost informacijama i promidžbenim materijalima	5,99
Pogodnost za boravak s djecom	6,08
Dostupnost bežičnom internet wi-fi	4,92
Način plaćanja i izdavanje računa	5,60



Gosti su ocjenili i rad djelatnice u Turističkom informativnom centru na Susku. Najvećom prosječnom ocjenili su ljubaznost djelatnice (6,76), baš kao i prethodne godine, zatim točnost pruženih informacija (6,55), dok je najmanjom ocjenom ocijenjen način komunikacije (6,42).

Usluge u TIC-u Susak:	Prosječna ocjena:
Način komunikacije	6,42
Točnost pruženih informacija	6,55
Ljubaznost agencijskog osoblja	6,76

Usluge u TIC-u Susak:

■ Način komunikacije ■ Točnost pruženih informacija ■ Ljubaznost agencijskog osoblja

U turističkoj ponudi otoka Suska gosti su najzadovoljniji očuvanošću prirodnog okoliša koju su ocjenili prosječnom ocjenom 5,99 od mogućih 7 (u 2015. godini 5,18). Zatim slijede čistoća plaža 5,97 (dok je 2015. ocjena bila 5,08) i uređenost i opremljenost plaža 5,81 (2015. ocjena je bila 4,86) te raznolikost i kvaliteta ugostiteljske ponude 5,58 (a prethodne godine 4,30). Dobre ocjene dodijeljene su i raznolikosti kulturno povijesnih znamenitosti 5,43 (a 2015. ocjena 5,08) te uređenosti i opremljenosti šetnica i staza 5,11 (2015. ocjena je bila 5,03). Najmanje ocjene dodijeljene su kvaliteti i raznolikosti ponude sporta i rekreacije na otoku Susku 4,81 (2015. = 3,63), kvaliteti ponude događanja u destinaciji 4,87 (u 2015. 3,8), kvaliteti ponude noćnog života u destinaciji 4,58 (a 2015. 3,77) te lokalnim proizvodima i suvenirima 4,43 (a 2015. ocjena 3,9).

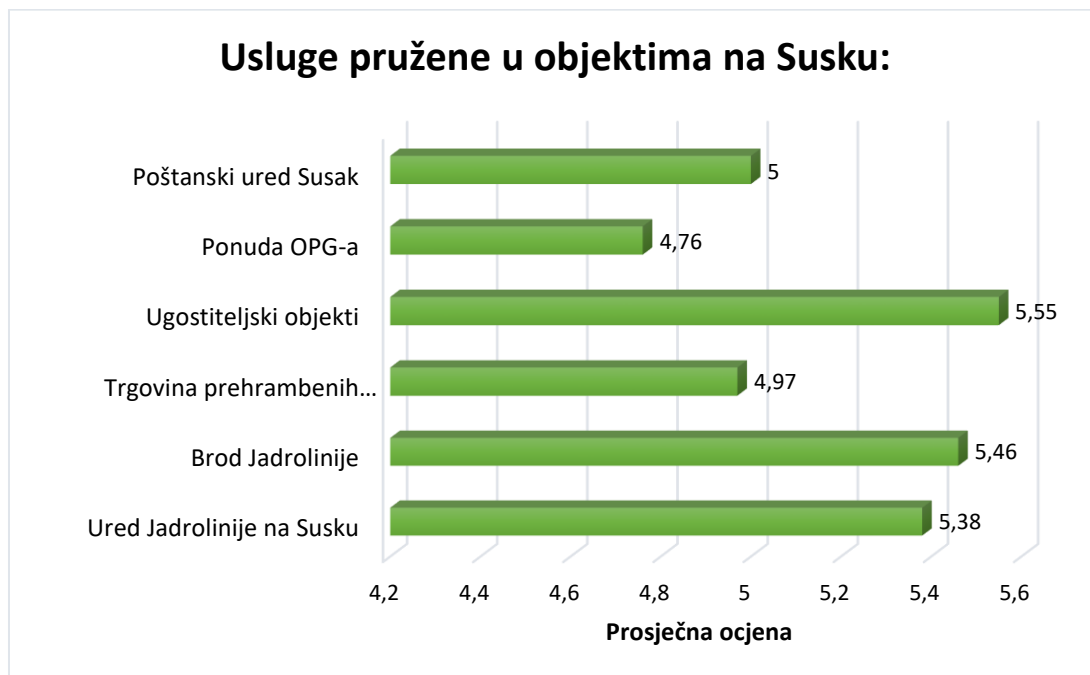
Zadovoljstvo kvalitetom turističke ponude otoka Suska:	Prosječna ocjena:
Raznolikost kulturno povijesnih znamenitosti	5,43
Očuvanost prirodnog okoliša	5,99
Čistoća plaža	5,97
Uređenost i opremljenost plaža	5,81
Uređenost i opremljenost šetnica i staza	5,11
Raznolikost i kvaliteta ugostiteljske ponude	5,58
Lokalni proizvodi i suvenir	4,43
Kvaliteta i raznolikost ponude sporta i rekreacije	4,81
Kvaliteta ponude događanja u destinaciji	4,87
Kvaliteta ponude noćnog života u destinaciji	4,58

Zadovoljstvo kvalitetom turističke ponude otoka Suska:

Gosti su ocijenjivali razne objekte na otoku Susku, a najboljom ocjenom su ocijenili uslužnost ugostiteljskih objekta (5,55), osoblje na brodu jadrolinije - Premuda (5,46), ured Jadrolinije na Susku (5,38) te uslužnost poštanskog ureda Susak (5,00). Manja ocjena dodijeljena je trgovini prehrambenih proizvoda (4,97) te ponudi OPG-a (4,76).

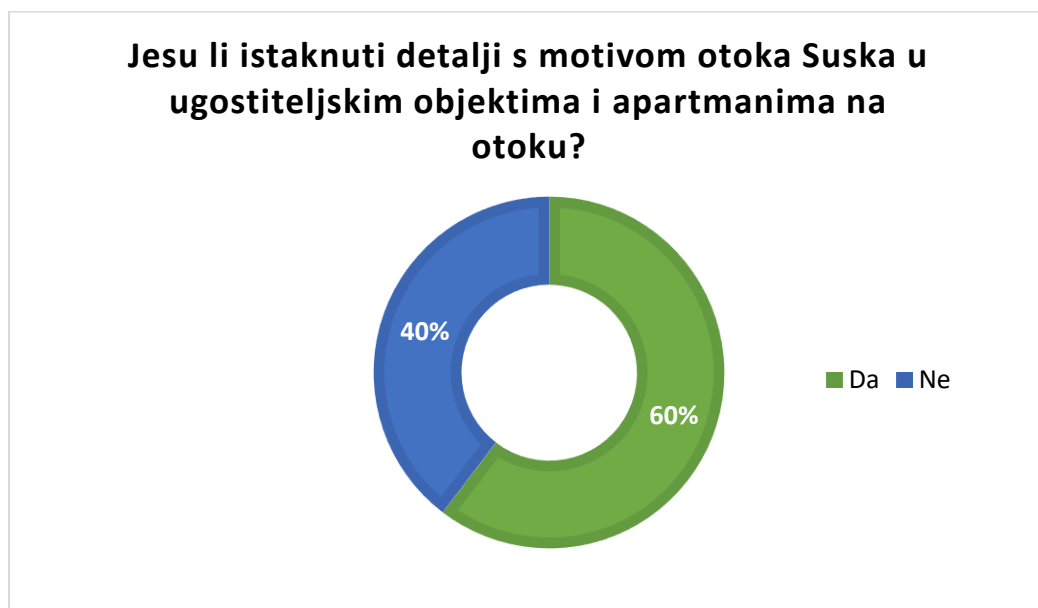
U odnosu na prethodnu 2015. godinu, ocjene su ostale nepromijenjene.

Usluge pružene u objektima na Susku:	Prosječna ocjena:
Ured Jadrolinije na Susku	5,38
Brod Jadrolinije	5,46
Trgovina prehrambenih proizvoda	4,97
Ugostiteljski objekti	5,55
Ponuda OPG-a	4,76
Poštanski ured Susak	5,00



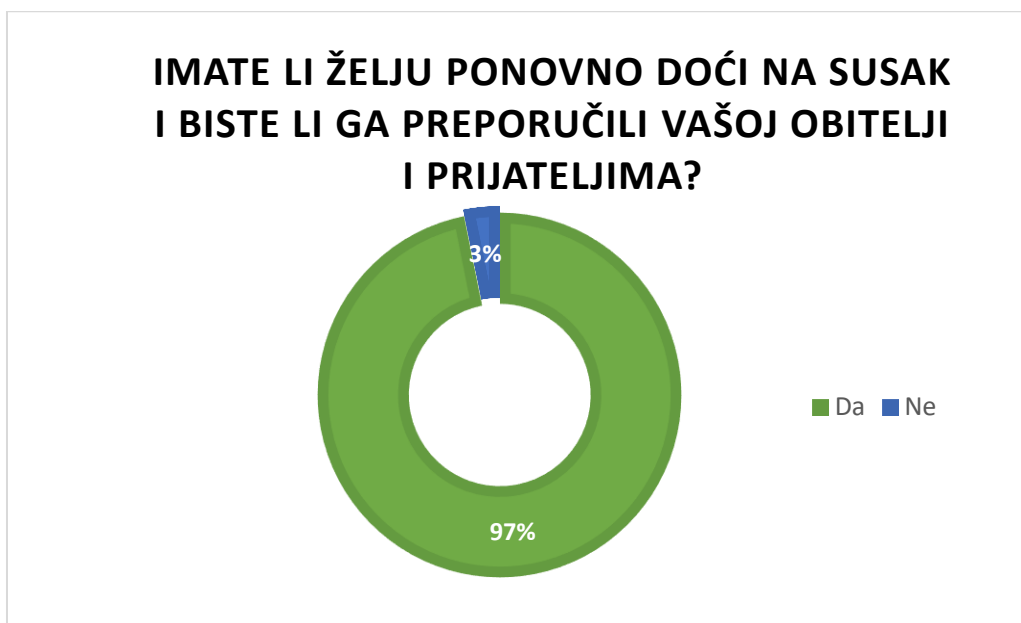
60,38% gostiju primjetilo je istaknute detalje otoka Suska u ugostiteljskim i smještajnim objektima, dok je prethodne 2015. godine 76,71% gostiju je primjetilo da su u ugostiteljskim objektima i u apartmanima istaknuti detalji s motivom otoka Suska.

Jesu li istaknuti detalji s motivom otoka Suska u ugostiteljskim objektima i apartmanima na otoku ?	%
Da	60,38
Ne	39,62



U odnosu na prethodnu 2015. godinu, smanjio se broj posjetitelja željnih povratka i preporuke pješčanog otoka Suska. Ove godine 96,86% gostiju izrazilo je želju ponovno se vratiti na otok Susak i preporučiti bi ga svojoj obitelji i prijateljima kao destinaciju za odmor (2015. godine 100% gostiju izrazilo je želju za povratkom i preporukom).

Imate li želju ponovno doći na Susak i biste li ga preporučili Vašoj obitelji i prijateljima?	%
Da	96,86
Ne	3,14



NAJBOLJE OCJENJENI OBJEKTI:

Posjetitelji su na otoku Susku najzadovoljniji Small & Friendly hotelom Sanseguš, zatim konobom Barbara, Klubom iseljenika i Restoran Ankora.

PRIMJEDBE I PRIJEDLOZI GOSTIJU U ONLINE ANKETAMA 2016. GODINE

Posjetitelji smatraju da bi trebali imati realan omjer cijene za uslugu konkretno navodivši visoke cijene u ugostiteljskim objektima i trgovini. Najviše gostiju kao prijedlog je navelo obogaćivanje turističke ponude (noćni život, zabavni i kulturni program, rekreacijski i sportski program i slično) te poboljšavanje internet dostupnosti wi-fi.

Također preporučuju bolju prometnu brodsku povezanost te poticanje proizvodnje originalnih autohtonih suvenira s otoka Suska.

Dodatni prijedlozi:

- zaposliti dodatnog djelatnika u pošti
- postavljanje bankomata
- izgradnja šetnice do uvale Bok, uz more
- uređivanje plaže za pse
- postavljanje ljetnog kina

Turistički ured

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja
Mali Lošinj Tourist Board
Priko 42, 51550 Mali Lošinj, Croatia



| [Losinj - Island of Vitality](#)



| [Visit Losinj](#)



| [Visit Losinj](#)



APOKSIOMEN – 2.-1. st. pr. Kr.
Muzej Apoksiomena, palača Kvarner, Mali Lošinj – od 2016.

APOXYOMENOS – 2nd - 1st century BC
Museum of Apoxyomenos, Kvarner Palace, Mali Lošinj – from 2016