



IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU GODIŠNJEG PROGRAMA RADA TZ GRADA OPATIJA ZA 2025. GODINU

Opatija, 19. ožujak 2026. g.

Ur. broj: 289/2026

Sadržaj

A	TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA U 2025. G.....	3
1	TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA U 2025. G.....	3
2	SMJEŠTAJNI KAPACITETI NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA	9
B	AKTIVNOSTI TZ GRADA OPATIJA U 2025. G.....	11
1	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	11
1.1	IZRADA STRATEŠKIH / OPERATIVNIH /KOMUNIKACIJSKIH / AKCIJSKIH DOKUMENATA.....	11
1.2	ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA.....	11
1.3	MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI	12
2	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA.....	12
2.1	IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA.....	12
2.2	SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA.....	14
2.3	PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA.....	14
2.4	TURISTIČKA INFRASTRUKTURA.....	30
2.5	PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI.....	30
3	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	31
3.1	OGLAŠAVANJE TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA	31
3.2	SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE.....	32
3.3	MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE (OGLAŠAVANJE SA STRATEŠKIM PARTNERIMA)	36
3.4	SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA	36
3.5	KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA.....	42
3.6	INTERNETSKJE STRANICE	45
3.7	KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA	45
3.8	TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI.....	46
4	DESTINACIJSKI MENADŽMENT.....	46
4.1	TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE	46
4.2	UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	16
4.3	POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE	47
4.4	EDUKACIJE	47
5	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....	47
6	ADMINISTRATIVNI RASHODI	48
	OSTALE AKTIVNOSTI	48
	NAGRADE I PRIZNANJA.....	49

A TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA U 2025. G.

1 TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA U 2025. G.

Tablica 1: Turistički promet na području TZG Opatija od 01.01. - 31.12.2025. i usporedba s 2024. i 2023. g.

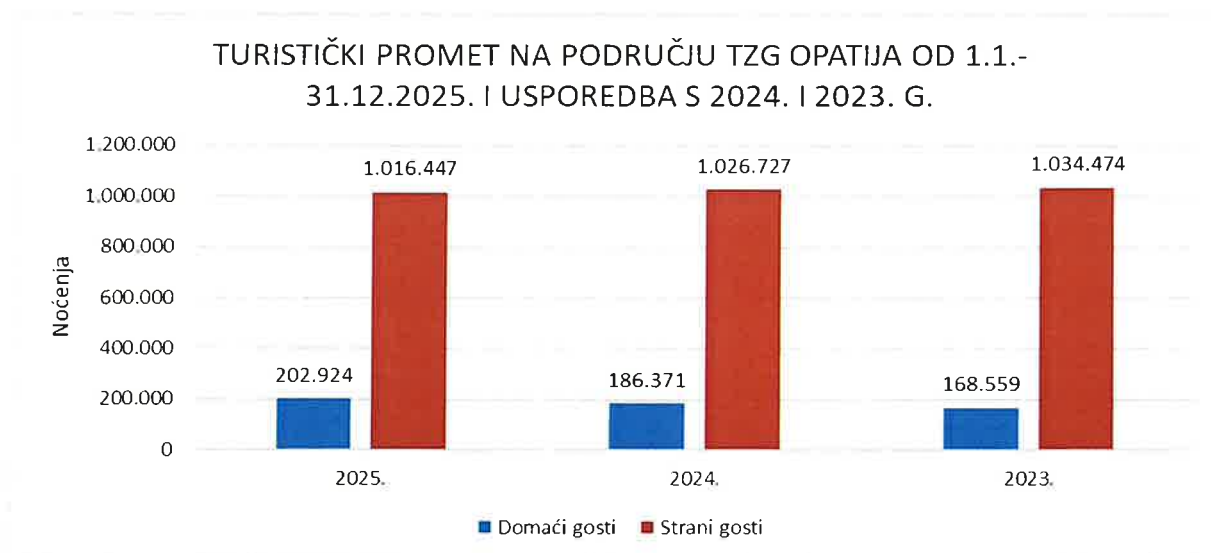
TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZG OPATIJA OD 01.01.- 31.12.2025. I USPOREDBA S 2024. I 2023. G.

Gosti	DOLASCI					NOĆENJA				
	2025.	2024.	2023.	Indeks 25/24	Indeks 25/23	2025.	2024.	2023.	Indeks 25/24	Indeks 25/23
Domaći gosti	99.221	90.335	81.384	110	122	202.924	186.371	168.559	109	120
Strani gosti	313.499	306.682	303.392	102	103	1.016.447	1.026.727	1.034.474	99	98
Ukupno	412.720	397.017	384.776	104	107	1.219.371	1.213.098	1.203.033	101	101

U 2025. godini na području Turističke zajednice grada Opatije evidentirano je 412.720 dolazaka, uz ukupno 1.219.371 ostvareno noćenje. U usporedbi s 2024. godinom, riječ je o porastu od 4% u dolascima te 1% u noćenjima. U odnosu na 2023. godinu, zabilježen je još izraženiji rast dolazaka, i to od 7%, dok su noćenja povećana za 1%.

Brojem dolazaka i noćenja u 2025. g. dominiraju strani gosti koji su ostvarili 1.016.447 noćenja. Udio stranih gostiju iznosi 83% ukupno ostvarenih noćenja. Domaći gosti ostvarili su 202.924 noćenja što predstavlja povećanje od 9% u odnosu na 2024. g. i čak 20% u odnosu na 2023. g. Udio domaćih gostiju iznosi 17% u ukupno ostvarenim noćenjima.

Graf 1: Turistički promet na području TZG Opatija od 01.01.- 31.12.2025. i usporedba s 2024. i 2023. g.



Tablica 2: Prosječan broj dana boravka

Prosječan broj dana boravka gostiju u 2025. g. iznosi 3 dana, od čega su strani gosti u Opatiji proveli prosječno 3,2 dana, a domaći gosti 2 dana.

Prosječan broj dana boravka			
Prosječan broj dana boravka	Strani	Domaći	Ukupno
01.01.- 31.12.2025.	3,2	2,0	3,0
01.01.- 31.12.2024.	3,3	2,1	3,1
01.01.- 31.12.2023.	3,4	2,1	3,1

Tablica 3: Mjesečna dinamika ostvarenja turističkog prometa na području TZG Opatija od 01.01.- 31.12.2025. g. s usporedbom na isto razdoblje 2024. i 2023. g.

MJESEČNA DINAMIKA OSTVARENJA TURISTIČKOG PROMETA NA PODRUČJU TZG OPATIJA OD 01.01. - 31.12.2025. G. S USPOREDBOM NA ISTO RAZDOBLJE 2024. I 2023. G.												
Mjesec	2025.				2024.				2023.			
	Dolasci	Noćenja	Udio u noćenjima		Dolasci	Noćenja	Udio u noćenjima	Index dolasci 25/24	Dolasci	Noćenja	Udio u noćenjima	Index dolasci 25/23
siječanj	Domaći	7.239	13.804		Domaći	5.540	11.761	131	Domaći	6.638	13.732	109
	Strani	7.505	20.903		Strani	6.605	23.057	114	Strani	6.491	20.338	116
	Ukupno	14.744	34.707	2,85	Ukupno	12.145	34.818	121	Ukupno	13.129	34.070	112
veljača	Domaći	9.730	19.059		Domaći	7.175	13.331	136	Domaći	7.401	14.565	131
	Strani	9.665	22.815		Strani	8.870	20.544	109	Strani	7.512	19.563	129
	Ukupno	19.395	41.874	3,43	Ukupno	16.045	33.875	121	Ukupno	14.913	34.128	130
ožujak	Domaći	8.973	17.827		Domaći	9.425	18.562	95	Domaći	7.928	14.327	113
	Strani	15.536	38.300		Strani	18.775	49.835	83	Strani	15.537	40.326	100
	Ukupno	24.509	56.127	4,60	Ukupno	28.200	68.497	87	Ukupno	23.465	54.653	104
travanj	Domaći	9.018	17.234		Domaći	7.318	13.690	123	Domaći	6.820	13.205	132
	Strani	25.851	67.604		Strani	21.376	58.153	121	Strani	25.593	70.437	101
	Ukupno	34.869	84.838	6,96	Ukupno	28.694	71.843	122	Ukupno	32.413	83.642	108
svibanj	Domaći	9.380	18.138		Domaći	8.294	16.223	113	Domaći	8.144	15.075	115
	Strani	30.845	83.657		Strani	31.575	88.818	98	Strani	28.694	82.277	107
	Ukupno	40.225	101.795	8,35	Ukupno	39.869	105.041	101	Ukupno	36.838	97.352	109
lipanj	Domaći	9.190	19.358		Domaći	7.045	17.108	130	Domaći	6.473	15.027	142
	Strani	37.453	124.124		Strani	31.347	107.265	119	Strani	33.340	119.095	112
	Ukupno	46.643	143.482	11,77	Ukupno	38.392	124.373	121	Ukupno	39.813	134.122	117
srpanj	Domaći	5.087	15.088		Domaći	4.628	13.095	110	Domaći	4.459	13.321	114
	Strani	42.124	179.106		Strani	43.695	184.835	96	Strani	43.824	186.030	96
	Ukupno	47.211	194.194	15,93	Ukupno	48.323	197.930	98	Ukupno	48.283	199.351	98
kolovoz	Domaći	6.655	20.765		Domaći	5.485	16.872	121	Domaći	4.169	13.512	160
	Strani	49.842	210.408		Strani	52.186	225.099	96	Strani	48.277	214.782	103
	Ukupno	56.497	231.173	16,96	Ukupno	57.671	241.971	98	Ukupno	52.446	228.294	108
rujan	Domaći	6.085	12.707		Domaći	5.270	11.103	115	Domaći	5.821	12.271	105
	Strani	35.950	121.826		Strani	33.660	116.430	107	Strani	36.642	123.841	98
	Ukupno	42.035	134.533	11,03	Ukupno	38.930	127.533	108	Ukupno	42.463	136.112	99
listopad	Domaći	8.308	14.979		Domaći	8.640	15.102	96	Domaći	6.938	13.975	120
	Strani	27.373	70.654		Strani	29.465	77.988	93	Strani	28.614	79.805	96
	Ukupno	35.681	85.633	7,02	Ukupno	38.105	93.090	94	Ukupno	35.552	93.780	100
studeni	Domaći	10.346	17.918		Domaći	12.939	24.503	80	Domaći	8.670	15.022	119
	Strani	12.705	32.259		Strani	12.377	31.905	103	Strani	12.337	31.185	103
	Ukupno	23.051	50.177	4,11	Ukupno	25.316	56.408	91	Ukupno	21.007	46.207	110
prosinac	Domaći	9.210	16.047		Domaći	8.576	14.921	107	Domaći	7.923	14.527	116
	Strani	18.650	44.791		Strani	16.751	42.798	111	Strani	16.531	46.795	113
	Ukupno	27.860	60.838	4,99	Ukupno	25.327	57.719	110	Ukupno	24.454	61.322	114
Ukupno	412.720	1.219.371	100,00		397.017	1.213.098	100,00	104	384.776	1.203.033	100,00	107

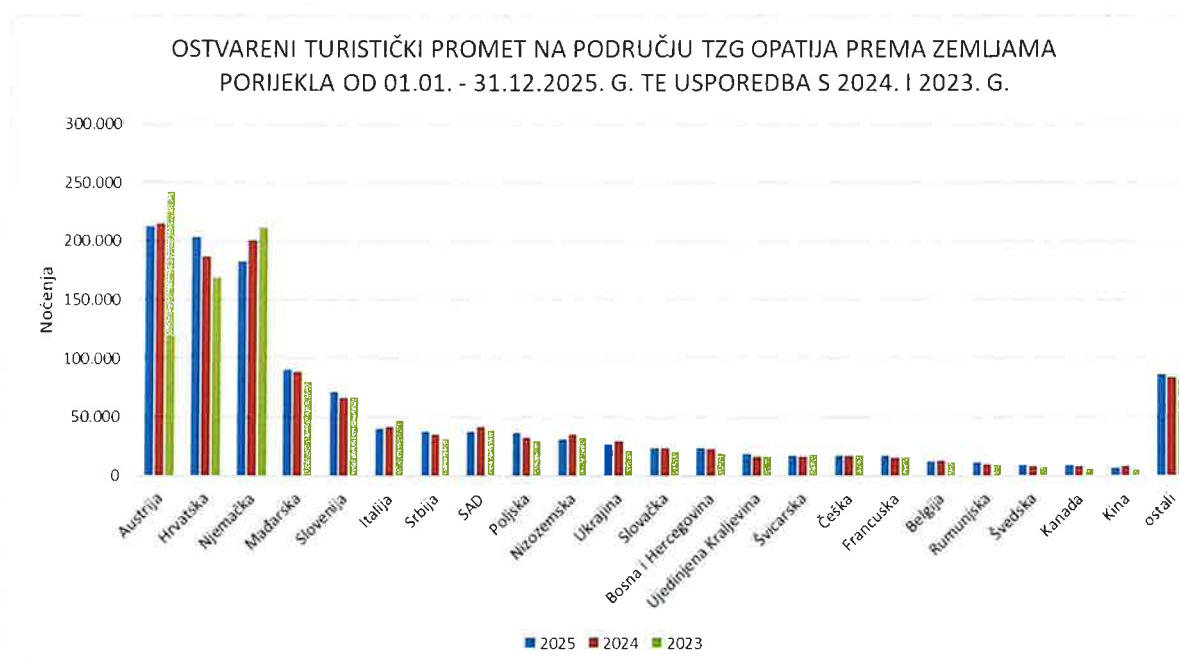
Tablica 4: Ostvareni turistički promet na području TZG Opatija prema zemljama porijekla od 01.01.-31.12.2025. g. te usporedba s 2024. i 2023. g.

OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZG OPATIJA PREMA ZEMLJAMA PORIJEKLA
OD 01.01.- 31.12.2025. G. TE USPOREDBA S 2024. I 2023. G.

RB	Zemlje	DOLASCI					NOĆENJA							
		2025.	2024.	2023.	Indeks 25/24	Indeks 25/23	2025.	Udio 2025.	2024.	Udio 2024.	2023.	Udio 2023.	Indeks 25/24	Indeks 25/23
1	Austrija	62.836	61.572	68.783	102	91	212.112	17	215.026	18	240.917	20	99	88
2	Hrvatska	99.221	90.335	81.384	110	122	202.924	17	186.371	15	168.559	14	109	120
3	Njemačka	36.260	39.407	40.940	92	89	182.380	15	200.589	17	211.301	18	91	86
4	Mađarska	26.822	25.012	21.409	107	125	90.296	7	88.728	7	80.072	7	102	113
5	Slovenija	33.616	30.797	30.670	109	110	71.012	6	66.590	5	67.521	6	107	105
6	Italija	17.007	17.593	19.356	97	88	40.279	3	41.683	3	47.326	4	97	85
7	Srbija	10.866	9.473	8.985	115	121	37.950	3	35.363	3	31.425	3	107	121
8	SAD	15.488	15.459	14.284	100	108	37.314	3	41.342	3	38.814	3	90	96
9	Poljska	7.623	6.630	5.927	115	129	37.035	3	32.715	3	29.791	2	113	124
10	Nizozemska	6.379	7.092	6.660	90	96	30.905	3	34.923	3	32.325	3	88	96
11	Ukrajina	5.738	5.642	4.572	102	126	27.102	2	29.516	2	22.149	2	92	122
12	Slovačka	6.130	5.965	5.199	103	118	23.895	2	23.623	2	20.819	2	101	115
13	Bosna i Hercegovina	7.448	7.148	6.428	104	116	23.640	2	23.038	2	19.537	2	103	121
14	Ujedinjena Kraljevina	4.905	4.442	4.246	110	116	18.703	2	16.274	1	16.942	1	115	110
15	Švicarska	6.585	6.545	7.287	101	90	17.314	1	16.277	1	18.247	2	106	95
16	Češka	4.425	4.119	4.276	107	103	17.090	1	16.621	1	17.828	1	103	96
17	Francuska	5.593	5.476	5.343	102	105	16.830	1	15.085	1	15.842	1	112	106
18	Belgija	2.807	3.031	2.905	93	97	12.217	1	13.202	1	11.847	1	93	103
19	Rumunjska	3.517	2.812	2.451	125	143	10.834	1	9.902	1	9.422	1	109	115
20	Švedska	2.271	2.040	2.195	111	103	8.781	1	7.524	1	8.289	1	117	106
21	Kanada	3.424	3.129	2.468	109	139	8.429	1	7.617	1	6.648	1	111	127
22	Kina	5.792	6.775	4.179	85	139	6.525	1	7.664	1	5.573	0	85	117
	ostali	37.967	36.523	34.829	104	109	85.804	7	83.425	7	81.839	7	103	105
	Ukupno	412.720	397.017	384.776	104	107	1.219.371	100	1.213.098	100	1.203.033	100	101	101

Tijekom 2025. godine povećan je broj gostiju s brojnih emitivnih tržišta u odnosu na 2024. g. (Hrvatska 10% više, Mađarska 7%, Slovenija 9%, Srbija 15%, Poljska 15% više...). Najveći broj noćenja ostvarili su gosti iz Austrije (212.112), a na drugom mjestu s ostvarenih 202.924 noćenja nalaze se domaći gosti. Upravo gosti iz Austrije i Hrvatske čine najveći udio u ostvarenim noćenjima s udjelima od 17% (Austrija) i 17% (Hrvatska). Domaći gosti su najbrojniji po broju ostvarenih dolazaka (99.221) što predstavlja povećanje od 10% u odnosu na 2024. g. i 22% povećanje u odnosu na 2023. godinu.

Graf 2: Ostvareni turistički promet na području TZG Opatija prema zemljama porijekla od 01.01.-31.12.2025. g. te usporedba s 2024. i 2023. g.



Tablica 5: Turistički promet prema vrsti smještaja i prosječnom broju dana boravka turista od 01.01.- 31.12.2025. g. i usporedba s 2024. i 2023. g.

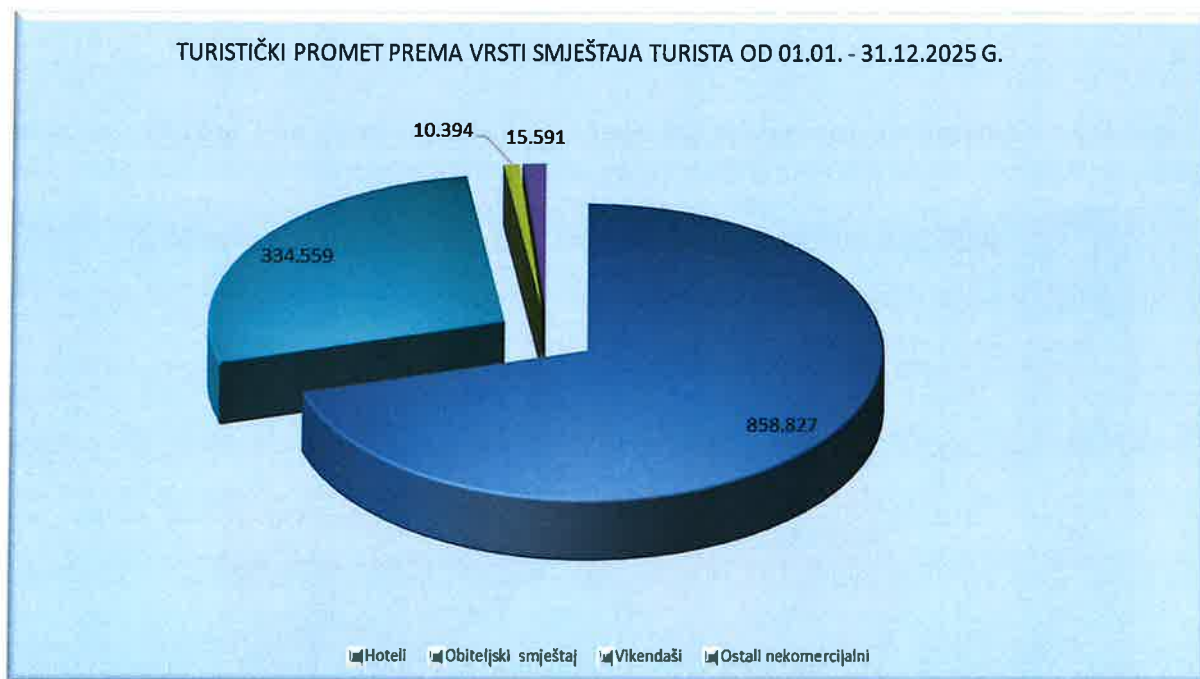
**TURISTIČKI PROMET PREMA VRSTI SMJEŠTAJA TURISTA
OD 01.01. - 31.12.2025. G. I USPOREDBA S 2024. I 2023. G.**

Vrsta smještaja	Dolasci					Vrsta smještaja	Noćenja					Indeks noćenja 25/24	Indeks noćenja 25/23
	Dolasci 2025.	Dolasci 2024.	Dolasci 2023.	Indeks dolazaka 25/24	Indeks dolazaka 25/23		Noćenja 2025.	Noćenja 2024.	Noćenja 2023.	Udio u ukupnim noćenjima 2025	Prosječan broj dana boravka 2025		
Hoteli	339.489	325.407	313.692	104	108	Hoteli	858.827	843.158	838.399	70,43	3	102	102
Obiteljski smještaj	71.901	70.281	69.803	102	103	Obiteljski smještaj	334.559	341.070	341.825	27,44	5	98	98
Vikendaši	521	581	597	90	87	Vikendaši	10.394	11.797	11.075	0,85	20	88	94
Ostali nekomercijalni	809	748	684	108	118	Ostali nekomercijalni	15.591	17.073	11.734	1,28	19	91	133
UKUPNO:	412.720	397.017	384.776	104	107	UKUPNO:	1.219.371	1.213.098	1.203.033	100	3	101	101

Prema vrsti smještaja, najveći broj noćenja ostvaren je u hotelima (udio 70,43% u ukupnom broju ostvarenih noćenja). U obiteljskom smještaju ostvareno je 27,44% ukupnih noćenja, dok je preostalih 2,13% ostvareno u nekomercijalnim objektima. U 32 otvorena opatijska hotela ostvareno je 2% više noćenja u odnosu na 2024. g. i 2023. g. dok je u obiteljskom smještaju ostvareno 2% manje noćenja u odnosu na 2024. i 2023. g.

Prosječni broj dana boravka gostiju u hotelima iznosi 3 dana, dok u obiteljskom smještaju iznosi 5 dana.

Graf 3: Turistički promet prema vrsti smještaja turista od 01.01.- 31.12.2025. g.



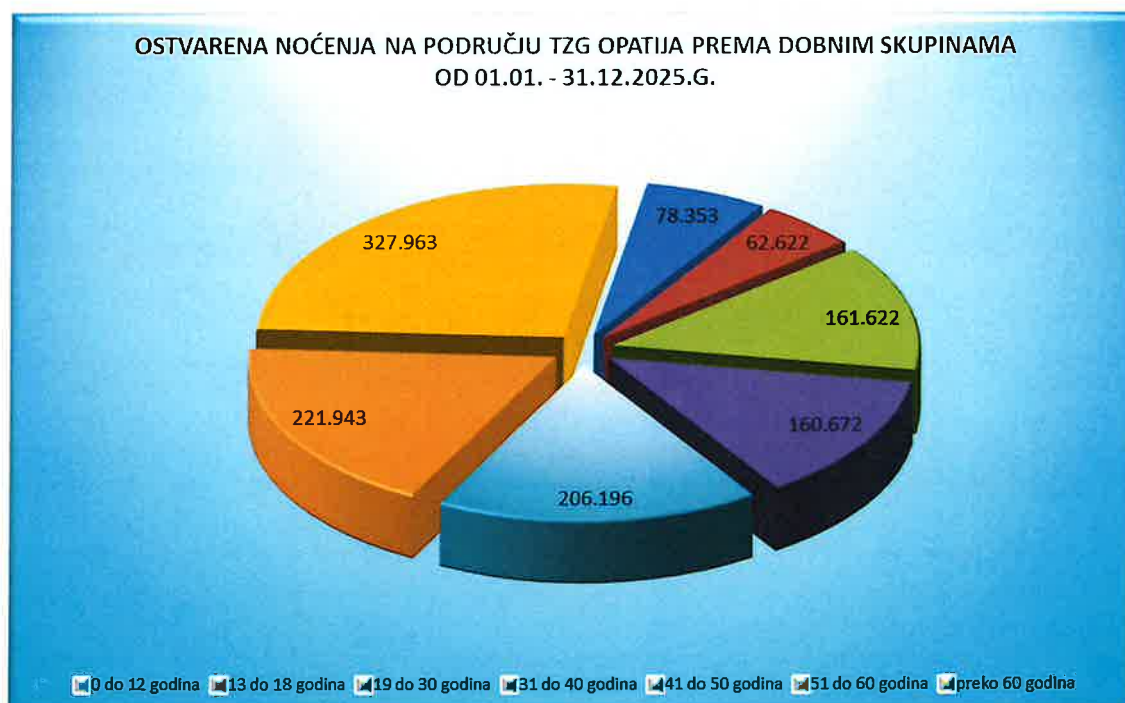
Tablica 6: Ostvarena noćenja na području TZG Opatija prema dobnim skupinama od 01.01. - 31.12.2025. g. i usporedba s 2024. i 2023. g.

OSTVARENA NOĆENJA NA PODRUČJU TZG OPATIJA PREMA DOBNIM SKUPINAMA OD 01.01. - 31.12.2025. G. I USPOREDBA S 2024. I 2023. G.

Dobna skupina	Noćenja 2025.	Udjel	Noćenja 2024.	Udjel	Noćenja 2023.	Udjel	Indeks 25/24	Indeks 25/23
0 do 12 godina	78.353	6	80.473	7	79.250	7	97	99
13 do 18 godina	62.622	5	59.236	5	59.291	5	106	106
19 do 30 godina	161.622	13	155.995	13	150.633	13	104	107
31 do 40 godina	160.672	13	163.414	13	161.144	13	98	100
41 do 50 godina	206.196	17	205.586	17	204.992	17	100	101
51 do 60 godina	221.943	18	221.686	18	224.019	19	100	99
preko 60 godina	327.963	27	326.708	27	323.704	27	100	101
Ukupno	1.219.371	100	1.213.098	100	1.203.033	100	101	101

Promatrajući kretanje turističkog prometa prema dobnim skupinama gostiju na području TZ grada Opatija u 2025 g. najveći broj noćenja (327.963 noćenja) ostvarili su gosti dobne skupine preko 60 godina (udio od 27%) te gosti dobne skupine od 51 do 60 g. s 221.943 ostvarenih noćenja (udio od 18%). Slijede gosti u dobnoj skupini od 41 do 50 g. s 206.196 ostvarenih noćenja (udio od 17%). Gosti u dobnoj skupini od 31 do 40 g. ostvarili su 160.672 noćenja, dok su gosti u dobi od 19 do 30 g. ostvarili 161.622 noćenja. U odnosu na 2024. godinu najveće povećanje bilježi se kod gostiju dobne skupine od 13 do 18 godina (6% više), odnosno kod gostiju dobne skupine od 19 do 30 g. (7% više) u odnosu na 2023. g.

Graf 4: Ostvarena noćenja na području TZG Opatija prema dobnim skupinama od 01.01. - 31.12.2025.



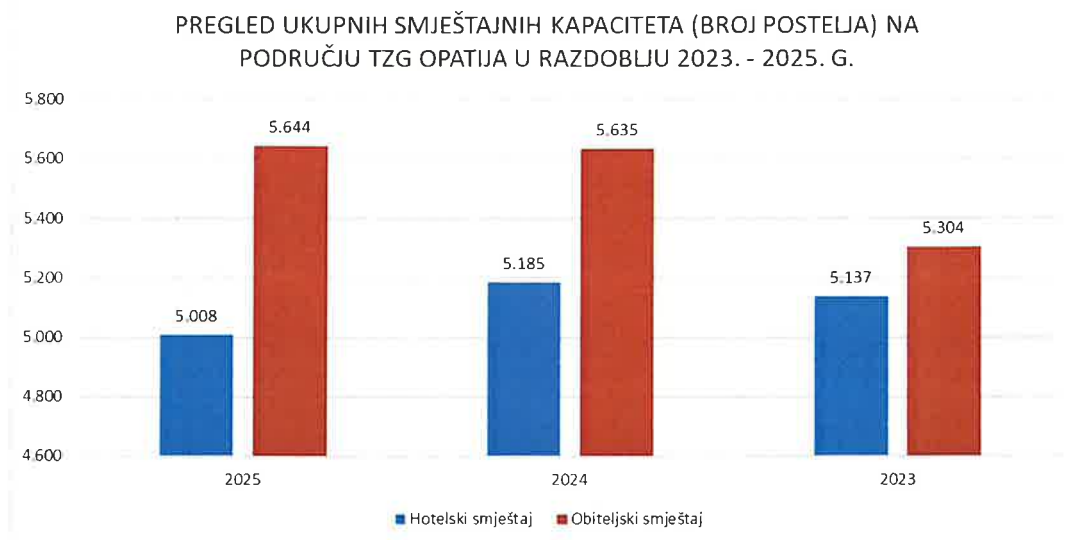
2 SMJEŠTAJNI KAPACITETI NA PODRUČJU TZ GRADA OPATIJA

Tablica 7: Pregled ukupnih smještajnih kapaciteta (broj postelja) na području TZG Opatija u razdoblju 2023. - 2025. g.

PREGLED UKUPNIH SMJEŠTAJNIH KAPACITETA (BROJ POSTELJA) NA PODRUČJU TZG OPATIJA U RAZDOBLJU 2023. - 2025. G.					
HOTELSKI SMJEŠTAJ	2025	2024	2023	Indeks 25/24	Index 25/23
5 zvjezdica	984	972	864	101	114
4 zvjezdica	3.283	3.454	3.514	95	93
3 zvjezdica	613	631	631	97	97
2 zvjezdica	0	0	0	0	0
Pansion standard	18	18	18	100	100
Integralni hotel	0	0	0	0	0
Lječilište	110	110	110	100	100
Ukupno postelje	5.008	5.185	5.137	97	97
OBITELJSKI SMJEŠTAJ	2025	2024	2023	Index 25/24	Index 25/23
5 zvjezdica	969	949	898	102	108
4 zvjezdice	2.128	2.084	1.881	102	113
3 zvjezdice	2.386	2.426	2.353	98	101
2 zvjezdice	145	154	147	94	99
1 zvjezdica	16	22	25	73	64
Ukupno postelje	5.644	5.635	5.304	100	106
SVEUKUPNO	10.652	10.820	10.441	98	102

Izvor: e-visitor.

Graf 5: Usporedba ukupnih smještajnih kapaciteta (broj postelja) na području TZG Opatija u razdoblju 2023. - 2025. godine



Tablica 10: Hotelski smještajni kapaciteti u 2025., 2024. i 2023. g.

KAT	OBJEKT / GODINA	2025		2024		2023	
*	Objekt Naziv	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta
5	BEVANDA	10	19	10	19	10	19
5	IKADOR	0	0	16	32	16	32
5	RIVA RETREAT	22	44	0	0	0	0
5	SVETI JAKOV	25	50	25	50	25	50
5	MILENDJ	96	189	96	189	96	189
5	KEIGHT	54	108	54	108	0	0
5	NAVIS	44	88	44	88	44	88
5	AMBASADOR	243	486	243	486	243	486
	Ukupno hoteli 5* - 7 objekata	494	984	488	972	434	864
4	ADMIRAL	200	369	200	369	200	369
4	AGAVA	75	140	75	140	75	140
4	ASTORIA	51	87	51	87	51	87
4	BRISTOL	78	154	78	154	78	154
4	DOMINO	19	35	19	35	19	35
4	GRAND HOTEL ADRIATIC	313	546	313	546	315	548
4	HERITAGE HOTEL IMPERIAL	121	221	121	221	121	221
4	KVARNER, VILLA AMALIA	82	164	82	164	82	164
4	HOTEL PALACE, VILLA ABBAZIA	0	0	221	437	221	437
4	HOTEL BELLEVUE	98	196	0	0	0	0
4	MALI RAJ	15	34	15	34	15	34
4	MIRAMAR	107	223	107	223	107	223
4	MOZART	0	0	0	0	29	58
4	PARIS	90	175	90	175	90	175
4	KRISTAL	130	227	130	227	130	227
4	ROYAL	54	108	54	108	54	108
4	SAVOY	32	58	32	58	32	58
4	VILLA SCHUBERT	17	39	17	39	17	39
4	4 OPATJSKA CVIJETA, MAGNOLIA	0	0	191	387	191	387
4	4 OPATJSKA CVIJETA, VILLA CAMELLIA	209	432	0	0	0	0
4	VILLA ARISTON	14	25	0	0	0	0
4	LAURUS	24	50	24	50	24	50
	Ukupno hoteli 4* - 19 objekata	1.729	3.283	1.820	3.454	1.851	3.514
3	GALEB	26	52	26	52	26	52
3	CONTINENTAL, VILLA CONTINENTAL	85	153	85	153	85	153
3	ISTRA	168	319	168	319	168	319
3	LUNGOMARE	49	89	49	89	49	89
3	VILLA ARISTON	0	0	10	18	10	18
	Ukupno hoteli 3* - 4 objekata	328	613	338	631	338	631
ostalo	Thalassotherapie Opatija, Opatija	62	110	62	110	62	110
	Pansion standard Učka	9	18	9	18	9	18
	Ukupno ostalo - 2 objekta	71	128	71	128	71	128
	SVEUKUPNO - 32 objekta	2.622	5.008	2.717	5.185	2.694	5.137

B AKTIVNOSTI TZ GRADA OPATIJA U 2025. G.

1 ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1 IZRADA STRATEŠKIH / OPERATIVNIH /KOMUNIKACIJSKIH / AKCIJSKIH DOKUMENATA

Temeljem novog Zakona o turizmu te triju novih pravilnika – Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta, Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom i Pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma u 2025. godini pristupilo se izradi Plana upravljanja destinacijom, u skladu s navedenim pravilnicima te Smjernicama i uputama za izradu Plana koje je objavilo Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske.

Plan upravljanja destinacijom predstavlja planski dokument za razvoj održive turističke destinacije. Njegova je svrha usmjeriti razvoj u smjeru održivosti, uz usklađenost s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima te ostalim relevantnim propisima i dokumentima. Plan upravljanja destinacijom temelji se na izračunu prihvatnog kapaciteta koji se izrađuje u skladu s Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta.

Plan upravljanja destinacijom izrađuje se za područje Grada Opatije, sukladno čemu su TZ grada Opatija i TZ mjesta Ičići pristupile sklapanju Sporazuma o izradi Plana upravljanja destinacijom i izračunu prihvatnog kapaciteta za područje Grada Opatija. Navedenom je prethodilo potpisivanje Ugovora o izradi plana upravljanja destinacijom i izračunu prihvatnog kapaciteta s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu - izrađivačem predmetnih dokumenata.

Tijekom 2025. godine provedeno je anketiranje turista i lokalnog stanovništva, održane su dvije radionice za čiju je potrebu formirana radna skupina raznih dionika destinacije te su prikupljeni svi potrebni podaci, a čime je ostvaren temelj za kvalitetnu izradu predmetnih dokumenata. Usvajanje se očekuje u prvoj polovici 2026. godini.

1.2 ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

U 2025. godini TZ grada Opatija nastavila je s projektom istraživanja zadovoljstva gostiju putem NFC tehnologije. Gosti putem NFC pločice pristupaju stranici s anketnim pitanjima za ocjenu destinacije. Uoči manifestacija putem administratorskog web sučelja aktivira se anketa za ocjenu manifestacije. Nakon ispunjene ankete za ocjenu manifestacije, gosti mogu ispuniti i anketu za ocjenu destinacije. Anketna pitanja je osmislio Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, a dostupna je na 4 jezika – hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom. Kao nagradu za ispunjenu anketu gost dobiva magnet s motivom Opatije. Magnet također koristi NFC tehnologiju, čime postaje interaktivni vodič koji

gostima pruža edukaciju, razne informacije i promociju lokalnih atrakcija, obogaćujući njihovo iskustvo putovanja. Pristup magnetu putem mobilnog telefona omogućuje korisniku da otvori vodič kroz najpoznatije točke interesa, kalendar događanja i posebne ponude u destinaciji. Nakon što gost napusti destinaciju, magnet postaje promotor destinacije putem dodatnih informacija s ciljem motivacije za ponovni posjet destinaciji.

1.3 MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Učinkovitost online promotivnih aktivnosti kontinuirano se mjeri i prati putem analitike društvenih mreža, odnosno Meta Bussines Suite te Google Analyticsa.

2 RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1 IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

2.1.1 FEEL & TASTE

„Feel & Taste“ je dugogodišnji projekt TZ grada Opatija usmjeren na valorizaciju zaleđa Opatijske rivijere, s posebnim naglaskom na autohtonu turističku ponudu, kulturnu baštinu te lokalne proizvođače i OPG-ove. Projekt je osmišljen s ciljem jačeg uključivanja proizvođača autohtonih proizvoda iz opatijskog zaleđa u lokalnu turističku ponudu, pružajući gostima autentičan doživljaj temeljen na tradiciji, povijesti, baštini i lokalnim namirnicama ovog kraja.

U 2025. godini nastavljena je promocija projekta „Feel & Taste“ i uključenih ponuđača putem promocijskih kanala TZ grada Opatija te mrežne stranice visitOpatija.com. Izrađen je promotivni letak na hrvatskom i engleskom jeziku, koji je predstavio OPG-ove i trgovine lokalnih proizvoda.

2.1.2 OPATIJA – OAZA ZDRAVLJA I WELLNESSA

U 2025. godini projektom „Opatija - oaza zdravlja i wellnessa“ nastavila se promidžba zdravlja, aktivnog života, sporta i rekreacije. Program je obuhvatio rekreacijske i antistres sadržaje koji povezuju prirodu, zdravlje i wellness, s ciljem jačanja imidža Opatije kao destinacije zdravlja.

Nordijske šetnje pod stručnim vodstvom instruktora KŠR Gorovo provodile su se od ožujka do svibnja te od rujna do prosinca, a posebno su istaknuti 13. Hrvatski festival sportske rekreacije u nordijskom hodaњу i pješačenju te Opatija Nordic Walk Challenge, koji su okupili brojne sudionike iz cijele Hrvatske. U suradnji s Thalassoterapijom Opatija

realiziran je i program Thalasso Cardio Walk, koji je naglasio važnost zdravlja srca i pravilnog kretanja.

Tijekom ljeta, nordijsko hodanje zamijenile su aktivnosti na moru – SUP Experience tečajevi i SUP Sunset ture, koje su spojile rekreaciju, doživljaj mora i turističku atrakciju. Velik interes izazvale su i edukativne radionice o zdravlju i prirodnoj njezi, poput „Šećer i sol za ljepotu i zdravlje“, „Prirodna zaštita od sunca“ te „Face Yoga“, održane u Kulturnom domu Zora.

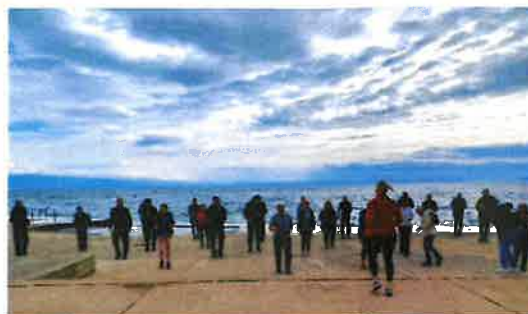
Novost u programu bile su i vježbe mindfulnessa u prirodi, koje su pod stručnim vodstvom psihologa poticale mentalnu ravnotežu i povezivanje s prirodom. Uz aktivnosti na otvorenom, ostvarena je i suradnja s opatijskim hotelima i wellness centrima koji su kreirali posebne ponude usmjerene na zdrav život i relaksaciju.

Projekt se i ove godine istaknuo kao važan poticaj razvoju zdravstveno-rekreativnog turizma te kao učinkovita platforma za promociju Opatije kao destinacije zdravlja i wellnessa.

Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com – „Opatija - oaza zdravlja i wellnessa“ s informacijama o paket aranžmanima hotelskih kuća i wellness centara;
- digitalna kampanja tijekom proljeća i jeseni;
- poslana press priopćenja projekta;
- objave u austrijskim novinama Kleine Zeitung;
- redovita tjedna najava programa prema hotelskim kućama;
- promocija putem web stranice World Wellness Weekend i platforme Turneo;
- izrađeni letci i dekoracije s motivacijskim porukama postavljene na više gradskih lokacija;
- prilozi na TV





2.1.3 ENO I GASTRO

Opatija je kulinarski dragulj svoga podneblja. Ključni razlog zbog kojeg opatijski ugostitelji spadaju u sam vrh hrvatske gastronomije je iznimna ljubav prema domaćim namirnicama, ali i pozicija „između mora i gora“ zbog čega se na tanjuru spaja „najbolje od oba svijeta“ – morske delicije poput kvarnerskog škampa i kvalitetne ribe i plodovi šume kao što su divlje šparoge i gljive. Kreativnost vrhunskih chefova uspješno unapređuje ugostiteljsku tradiciju sa suvremenim gastronomskim trendovima, stvarajući od autohtonih lokalnih namirnica nenadmašne kreacije na tanjuru. Turistička zajednica u suradnji s opatijskim ugostiteljima uspješno promovira gastronomsko bogatstvo Opatije i Opatijske rivijere.

2.2 SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

Stavka obuhvaća aktivnosti označavanja kvalitete, poput dodjela oznaka kvalitete u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom, podršku razvoju proizvoda te suradnju s lokalnim pružateljima usluga radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji.

2.3 PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

2.3.1 KULTURNO-ZABAVNE MANIFESTACIJE U ORGANIZACIJI TZ GRADA OPATIJA

2.3.1.1 NOVOGODIŠNJA ZDRAVICA GRADONAČELNIKA

U srijedu 1. siječnja 2025. g. u 12 sati održana je tradicionalna novogodišnja zdravica gradonačelnika. Novogodišnju čestitku Opatijcima i brojnim gostima grada uputio je opatijski gradonačelnik Fernando Kirigin uz glazbenu pratnju Puhačkog orkestra Lovran. Zdravica je održana na terasi hotela Kvarner, nakon čega su kod kipa Djevojke s galebom

Opatijski kukali otvorili kupališnu sezonu. Zabava se nastavila ispred Umjetničkog paviljona Juraj Šporer uz Dino AntoniĆ trio.



2.3.1.2 BALINJERADA

„Najluđa utrka na svijetu“, Balinjerada, po 42. put je održana u nedjelju, 23. veljače 2025. godine. Svi posjetitelji željni adrenalina mogli su saznati što su karići te kakav je osjećaj na njima juriti asfaltom jer je u 10 sati, osim treninga i prijava natjecatelja, započeo i program „Taxi balinjera“. Utrka je svečano otvorena u 12 sati, a kolonu su predvodili gradonačelnik Opatije Fernando Kirigin te pusni gradonačelnik i osnivač Balinjerade Duško Jeličić Dule. Nakon službenog defilea niz stazu su se sjurili natjecatelji u kategorijama monopatini, karići unjuli, karići dvojki te prodefilirala Merikanska vozila kod kojih cilj nije brzina, već se nagrađuju u kategoriji „za lepo videt“. Nagrađeni su najbrži, najmlađi, najdojmljiviji, ali i najsporiji karići, a tradicionalno je proglašena i Miss Balinjerade. Lentu je ove godine ponijela Romina Ćiković iz karnevalske grupe Lumber klub Opatija. Za dobru zabavu i izvrsnu atmosferu u karnevalskom duhu pobrinuo se Duško Jeličić – Dule i Bonaca na startu te Dellboysi na cilju, dok su odličnu atmosferu održavali Mario Lipovšek Battifiaca koji je natjecatelje ispratio na startu utrke, Irena Grdinić na središnjem dijelu kod Tisak Medije, a Dražen Turina Šajeta dočekaoh ih je na cilju. Po završetku utrke uslijedio je defile karnevalskih grupa te zabava na Slatini, gdje je u 13 sati održana „Kukalka“ – morska verzija Sinjske alke u režiji Opatijskih kukala.



Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- kampanja na društvenim mrežama Visit Opatija;
- poslana press priopćenja s najavom događanja medijskim kućama;
- plakati i programski letci
- prigodne dekoracije na gradskim lokacijama.

2.3.1.3 DJEČJI KARNEVALSKI KORZO

Tradicionalno najveselija opatijska manifestacija, Dječji karnevalski korzo, po 27. je put održana u nedjelju, 16. veljače 2025. godine. Uz djecu iz vrtića, škola i udruga iz Primorsko-goranske županije, Opatijom su prodefilirali i gosti iz cijele Hrvatske. Na ovogodišnjem Dječjem karnevalskom korzu predstavilo se 35 grupa te više od 3.000 malih sudionika. Točno u 12 sati najrazigraniju opatijsku manifestaciju otvorilo je Dječje gradsko vijeće Grada Opatije, predvođeno dječjom gradonačelnicom Lanom Golubović. Pred opatijskom publikom pokazali su se: Rođendanski muffini, Papige, Halubajske gusarice, Willy Wonka i tvornica čokolade, Zametski disco i mnoge druge atraktivne maske. Mališani su svoje bajkovite kreacije predstavili ispred pet pozornica duž karnevalske rute. Na prvoj pozornici, na Tržnici, najavio ih je Joso Krmpotić uz gradonačelnika Fernanda Kirigina i puskog gradonačelnika Duška Jeličića – Duleta. Slijedile su pozornice ispred hotela Paris, preko puta Tiska i preko puta hotela Milenij uz najave Lene Stojiljković, Nene Pavinčića i Borne Šmera. Zabava se nastavila na Slatini, uz voditelja Dražena Turinu Šajetu i svima omiljenu karnevalsku slasticu – krafne, koje su za male maškare osigurale Plodine.



Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- kampanja na društvenim mrežama Visit Opatija;
- poslana press priopćenja s najavom događanja medijskim kućama;
- plakati i programski letci;
- prigodne dekoracije na gradskim lokacijama.

2.3.1.4 LJETNA BALINJERADA

Balinjerada, jedinstveni opatijski događaj, ove je godine, 19. srpnja, doživjela svoje peto ljetno izdanje, koje je na poznatu stazu dovelo preko 100 karića u čijem je *roštanju* uživala mnogobrojna publika. Voditelji Mario Lipovšek Battifiaca, Irena Grdinić i Dražen Turina Šajeta dali su i dodatni ritam cijeloj manifestaciji.

Program je započeo probama natjecatelja kada su krenule i "Taxi balinjere" koje su svim zainteresiranima omogućile vožnju stazom uz iskusnog vozača. Trasom su prodefilirali članovi Puhačkog orkestra Lovran, nakon kojih su stazom prošli i uzvanici na karićima: opatijski gradonačelnik Fernando Kirigin, zamjenica gradonačelnika Kristina Đukić, zamjenik župana Toni Štimac, direktorica TZGO Suzi Petričić, direktorica TZ Kvarnera Irena Peršić Živadinov, a svi zajedno predvođeni začetnikom Balinjerade Duškom Jeličićem Duletom. Nakon svečanog mimohoda započele su utrke u tri skupine koje se natječu u brzini: Monopatini, Unjuli i Dvojki te su po završetku utrka, na ciljnoj pozornici, odmah proglašeni najbrži, najsporiji i najmlađi.

Na stazu su izašla i merikanska vozila koja su se natjecala za nagrade "za lepo videt", a o najboljima je odlučivala komisija u sastavu: lumberašica Olivera Tomičić Oli, umjetnik i glazbenik Vedran Ružić te učiteljica likovne kulture Klara Rabenseifner Miljević. Komisija je izabrala i Miss Balinjerade, a titulu je ponijela Natali Rubinić. Stazom su prodefilirale i karnevalske grupe, a potom je uslijedio afterparty na cilju uz DJ Blondie.



2.3.1.5 USKRS U OPATIJI

TZ grada Opatija je prigodno uredila grad koji je posjetitelje dočeka u blagdanskoj atmosferi. Za uređenje su korištene dekoracije od prirodnih materijala, poput maslinovih grančica iz opatijskog zaleđa. Uskrs u Opatiji donio je bogat program od 18. do 21. travnja, ispunjen glazbom, tradicijom i zabavom. Gosti su mogli uživati u glazbenim nastupima na otvorenom, uključujući nastupe klapa, akustičnih bendova i puhačkog orkestra. Blagdanski ugođaj upotpunila je izložba oldtimera, kreativne radionice za djecu te druženje s Uskrsnim zekom i opatijskom damom. Program se odvijao na slikovitim lokacijama Parka Angiolina,

najstarije opatijske luke Portić i kupališta Slatina, pružajući jedinstven spoj kulture, tradicije i opuštanja uz more. Kroz atraktivnu promotivnu kampanju TZ grada Opatije, gosti su pozvani da provedu Uskrs u Opatiji te uživaju u gastronomskim specijalitetima, opuštanju u vrhunskim spa & wellness centrima, šetnjama Lungomare i drugim atraktivnim sadržajima.

Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- realizirana digitalna kampanja na 6 tržišta;
- poslana press priopćenja medijima s najavama događanja;
- poslana press priopćenja na sva predstavništva HTZ-a;
- objave u austrijskim novinama Kleine Zeitung;
- programski letci;
- prigodne dekoracije na gradskim lokacijama.



2.3.1.6 RETROPATIJA



RetrOpatija održana je od 26. do 28. lipnja i ponovno potvrdila status jedne od najatraktivnijih opatijskih manifestacija. Tijekom tri dana grad je oživio u retro duhu, uz atraktivne oldtimere, pin-up djevojke, retro glazbu, modu i ples, te tematske zone i foto-kutke koji su posjetiteljima omogućili interaktivno sudjelovanje i kreiranje uspomena. Program je uključivao koncerte različitih glazbenih žanrova, plesne nastupe, prezentacije skateboarding trikova, retro sajam te prigodnu ponudu hrane i pića. Posebni događaji uključivali su otvorenje izložbe „Indexi – u svemu naj, naj, naj“ te Retro karaoke u opatijskoj luci. RetrOpatija je uključila sve dionike u destinaciji – lokalne ugostitelje,

hotelijere, glazbenike, plesne skupine i kreativce – te privukla više od 40.000 posjetitelja. Manifestacija je nudila sadržaje za sve generacije, uključujući i tematske foto kutke, „dress-up corner“ s vintage i retro odjećom, unikatnim nakitom, stiliziranim retro frizurama i šminkom. Posjetitelji su sudjelovali u nagradnim aktivnostima, uključujući retro fotografije i karaoke, dok su program mogli pratiti i online putem YouTube kanala Novinet TV-a. RetrOpatija 2025 dodatno je istaknula Opatiju kao destinaciju koja uspješno povezuje kulturu, zabavu i turizam, a njen uspjeh potvrđuje kontinuirani rast interesa i visoka posjećenost manifestacije.



Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- izrada programske brošure;
- digitalna kampanja putem Publisher's International (7 tržišta: Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Srbija, Mađarska, Hrvatska);
- Facebook kampanja (7 tržišta: Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Srbija, Mađarska, Hrvatska);
- oglašavanje na austrijskom tržištu - oglas i redakcijski članak u austrijskim dnevnim novinama Kleine Zeitung;
- outdoor kampanja na bigboardovima – Beograd, Srbija;
- bigboard - Matulji;
- brendiranje autobusa - Ljubljana;

- oglašavanje u domaćem tisku i na portalima;
- online kampanja Slovenija, Styria; Žurnal24.si, Med.Over.Net, Mama.Over.Net i Style.Over.Net;
- poslana press priopćenja na stranim jezicima predstavništvima HTZ-a;
- poslana press priopćenja medijskim kućama u Hrvatskoj i inozemstvu;
- reportaže o RetrOpatiji u vodećim nacionalnim medijima (offline i online);
- izrada audio spota RetrOpatija;
- audio kampanje na vodećim radio postajama (Otvoreni radio, Bravo radio, Radio Kastav, Radio Istra, Radio Labin te Radio Rijeka);
- organizacija Retro Studia uz izravan prijenos događanja putem Novinet.Tv;
- kampanje na lokalnim portalima (Fiuman.hr; Poduckun.net, Turizmoteka);
- izrada i postavljanje najavnih plakata dimenzije B0 (Opatija);
- postavljanje banneri na rasvjetnim stupovima na glavnoj prometnici;
- izrada raznih promidžbenih materijala (platnene vrećice, majice, šeširi, ručnici za plažu, lopte za plažu, lepeze, naočale, mirisi za auto...);
- prigodne dekoracije na gradskim lokacijama.

2.3.1.7 FESTIVAL ČOKOLADE

Festival čokolade u Opatiji održan je od 7. do 9. studenog i u svojem 19. izdanju predstavio je desecima tisuća posjetitelja svima omiljenu deliciju u najraznolikijim okusima, oblicima i kreacijama. Najslađa opatijska manifestacija ponudila je bogat program degustacija, prezentacija, izložbi, edukacija i masterclassova te brojnih glazbenih nastupa. Poseban dio programa činila je čokoladna skulptura Djevojke s galebom na bečkoj torti nadahnutoj šetalištem Lungomare, uz edukativne sadržaje učenika Ugostiteljske škole Opatija. Festival je obuhvatio radionice spajanja vina i čokolade, choco igraonicu za djecu, chocolate bar te izbor zanatskih čokoladnih sladoleda. U prostoru UP Juraj Šporer predstavila se Tvornica čokolade Vilma, dok je Kulturni dom Zora bio domaćin Čoko laboratorija by Martini Cioccolato. Dodatni sadržaji u Gradskoj knjižnici Viktor Car Emin i Milenij Choco svijetu upotpunili su festivalski doživljaj, a novost festivala bila je izložba i radionice „Chocolate Experience Opatija“, uključujući slatki suvenir – čokoladnu lizalicu Lungomare. Hrvatski muzej turizma ugostio je putujuću izložbu Muzeja čokolade Zagreb pod nazivom „Od zrna do čokolade: putovanje kroz vrijeme“. Zahvaljujući festivalu, studeni u Opatiji postao je mjesec čokolade, uz posebne čokoladne menije, wellness tretmane i tematske radionice u hotelima i restoranima.

Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- poslana press priopćenja na stranim jezicima stranim predstavništvima HTZ-a;
- izrada i distribucija programskog letka;

- Facebook kampanja na 7 tržišta (Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija, Mađarska, Srbija) ;
- bigboard kampanja – Beograd, Matulji, Ljubljana;
- audio spot;
- audio kampanje na radio postajama (Otvoreni radio, Bravo radio, Radio Rijeka, Radio Istra);
- prilozi na TV;
- oglašavanje na austrijskom tržištu – oglas i redakcijski članak u austrijskim dnevnim novinama Kleine Zeitung;
- online i offline oglašavanje u hrvatskim medijima;
- oglašavanje na portalu Slatkopedija;
- postavljanje najavnih plakata dimenzije B0 (Opatija);
- postavljanje banera na rasvjetnim stupovima na glavnoj prometnici;
- postavljanje banera preko glavne opatijske prometnice;
- prigodne dekoracije na gradskim lokacijama.



2.3.1.8 OPATIJA ADVENT 2025/26

Opatija Advent, poznat i kao Najljepši Advent uz more, održao se u razdoblju od 28. studenoga 2025. do 6. siječnja 2026. godine. Opatija se pretvorila u zimsku bajku. Prostor ispred crkve sv. Jakova i ove je godine prigodno dekoriran jasicama, dok su u parku Angiolina svoje mjesto našle nove dekoracije, od kojih su razdragani patuljci u opatijskoj kavani privukli posebnu pozornost posjetitelja. Prostor ispred Umjetničkog paviljona Juraj Šporer postao je „Winter Garden“, a blagdanske atmosfere nije nedostajalo ni na prostoru od hotela Savoy do Ville Madonna uz „Xmas Street Lungomare Advent“. Ljetna pozornica postala je „Ledena čarolija“ uz atraktivno klizalište i bogatu ponudu hrane, pića i suvenira. Najljepšem Adventu uz more doprinijeli su i brojni hoteli te ugostiteljski objekti. Uz prigodnu gastronomsku ponudu, bogat glazbeni i zabavni program, tijekom Adventa održane su i brojne predstave te animacijski programi za djecu. Vodeći se načelom održivosti i očuvanja hortikulture, i ovog su se Adventa za kontrolu svjetlosnih dekoracija koristili električni tajmeri, a smanjeno je i opterećenje na parkovnoj vegetaciji izmještanjem svjetlosne dekoracije. Manifestacija „Advent u Opatiji“ je osvojila brojna priznanja te je uvrštena među najljepše uređene adventske gradove u Europi.

Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- digitalna kampanja putem Publisher's International (7 tržišta: Hrvatska, Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Srbija, Mađarska);
- Kampanja na društvenim mrežama (7 tržišta: Hrvatska, Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Srbija, Mađarska);
- bigboard kampanja – Beograd, Matulji, Ljubljana;
- brendiranje autobusa - Ljubljana;
- distribucija press priopćenja stranim predstavništvima HTZ-a;
- oglašavanje na austrijskom tržištu – oglasi i redakcijski članci u austrijskim dnevnim novinama Kleine Zeitung;
- distribucija press priopćenja medijskim kućama;
- online i offline kampanje u domaćim medijima;
- audio kampanje na vodećim nacionalnim radio postajama (Otvoreni radio, Bravo radio, Radio Rijeka, Radio Istra, Radio Labin, Radio Kastav);
- reportaže na TV;
- kampanje na lokalnim portalima (Fiuman.hr; Poduckun.net, Turizmoteka)
- izrada i postavljanje najavnih plakata dimenzije B0 (Opatija);
- programska brošura;
- prigodne dekoracije na gradskim lokacijama.





2.3.1.9 OPATIJSKI VREMEPLOV



TZ grada Opatija u 2025. godini nastavila je realizaciju manifestacije „Opatijski vremeplov“, koja je posjetiteljima približila bogatu kulturno-povijesnu baštinu grada. Program je uključivao glazbene nastupe klapa, izložbe oldtimera, kostimirane povijesne šetnje, folklorne nastupe i vožnje tradicionalnom gajetom. Posjetitelji su sudjelovali u interaktivnim i edukativnim sadržajima, upoznali slavne ličnosti opatijske prošlosti i doživjeli svakodnevni život grada kroz stoljeća. Projekt je trajao od 1. lipnja do 30. rujna, a svi sadržaji održavani su tjedno, od ponedjeljka do petka, te su bili besplatni za posjetitelje. Projekt je najavljen svim dionicima u destinaciji i putem medija, a informacije o manifestaciji redovito su dijeljene putem digitalnih platformi TZ-a grada Opatija. Događanja u sklopu projekta privukla su brojne domaće i strane posjetitelje, koji su uživali u opatijskom putovanju kroz prošlost. Opatijski vremeplov dodatno je istaknuo Opatiju kao destinaciju koja uspješno povezuje kulturnu baštinu i turističku ponudu.

Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- poslana press priopćenja medijskim kućama;
- izrada plakata i promotivnog letka te distribucija pružateljima smještaja;

- redovito slanje najava hotelskim kućama i privatnim iznajmljivačima.

2.3.1.10 ĐARDIN

Treće izdanje autentičnog opatijskog festivala Đardin održalo se od 25. do 27. travnja u parku Angiolina i pritom okupilo posjetitelje svih generacija. Tijekom tri dana svi zainteresirani mogli su sudjelovati u brojnim besplatnim edukativnim i kreativnim radionicama, uključujući sadnju cvijeća i povrća, izradu kokedama, Moss art instalacija te „Vrtove u boci“. Za najmlađe je organizirana predstava „Pričom te zovem“, dok su odrasli mogli sudjelovati u radionicama izrade buketa od suhog cvijeća i glazbala od bambusa i drugih biljaka. U sklopu vikenda održan je i znanstveno-edukativni program – mobilni STEM laboratorij Udruge Bioteka. Posjetitelji su imali priliku kupiti sezonsko i sobno cvijeće, kaktuse i biljni asortiman iz rasadnika Angiolina. Manifestacija je uspješno kombinirala edukaciju, kreativnost i druženje na otvorenom, čime je dodatno ojačala turističku i društvenu ponudu grada.



Realizirane promotivne aktivnosti:

- promotivno oglašavanje na www.visitOpatija.com;
- izrada vizuala manifestacije;
- izrada letaka i plakata;
- prilozi na TV;
- poslana press priopćenja s najavama događanja svim medijima.

2.3.2 POTPORE ORGANIZATORIMA DOGAĐANJA

Slijedom Odluke Turističkog vijeća sa 35. sjednice održane dana 7. siječnja 2025. g., proveden je Javni poziv za dodjelu potpora za turistička događanja u 2025. g. te je imenovano povjerenstvo za provedbu istog u sastavu: Sandra Martinčić, Ana Turato i Ana Brumnjak

Na 36. sjednici Turističkog vijeća održanoj dana 19. ožujka 2025. g. donesena je Odluka za dodjelu potpora turističkim događanjima u 2025. g. u ukupnom iznosu od 40.000,00 eura i to kako slijedi:

Rb.	Nositelj / organizator	Naziv turističkog događanja	Datum održavanja	Odobrena sredstava	
1.	Udruga zdrav život postaje navika	Christmas active 2025.	06.12.	880,00 €	realizirano
2.	Udruga zdrav život postaje navika	Lifestyle challenge	10.02.-30.04.	1.000,00 €	realizirano
3.	KZU Maškarani klapski maraton Opatija	Susret klapa Klape va Mandračće	25.07.	490,00 €	realizirano
4.	KZU Maškarani klapski maraton Opatija	Maškarani klapski maraton	07.02.	350,00 €	realizirano
5.	Puhački orkestar Lovran	33. Međunarodni festival puhačkih orkestara "Naš svijet je glazba"	09.05.	570,00 €	realizirano
6.	Io Decor d.o.o.	Tie Fly	20.-22.06.	950,00 €	realizirano
7.	Klub odbojke na pijesku Opatija	Ičići challenge 2025	07.-10.08.	600,00 €	realizirano
8.	Klub odbojke na pijesku Opatija	Otvoreno prvenstvo Hrvatske 2025-U20 do 20 god. U odbojci na pijesku	13.-14.06.	300,00 €	realizirano
9.	Udruga "Kulturni front"	Festival fantastike i znanstvene fantastike "Liburnicon" 2025.	15.-17.08.	700,00 €	realizirano
10.	Vaterpolo klub Opatija	15. međunarodni vaterpolski turnir "Krunoslav Brguljan"	03.-06.07.	270,00 €	realizirano
11.	Udruga KOMA	Črna subota	04.10.	330,00 €	realizirano
12.	Društvo sportova na moru "Volosko"	Windsurf Fiumanka 2025	13.-15.06.	580,00 €	nije realizirano
13.	Društvo sportova na moru "Volosko"	Volosko open 2025	05.-07.09.	270,00 €	nije realizirano
14.	Tenis klub Opatija	ITF 53. Internacionalni turnir Istarska rivijera, Opatija 2025.	23.-30.03.	750,00 €	realizirano
15.	Tenis klub Opatija	ITF 60. Internacionalni turnir veterana, Opatija 2025.	25.08.-31.08.	400,00 €	realizirano
16.	Sup Team Vop	5. Sup Kup Kvarnera	23.08. i 30.08.	740,00 €	realizirano
17.	Udruga Kulturni front	Dan vila	21.06.	350,00 €	realizirano
18.	Sup Team Vop	SUPER Fitness	23.06.-28.09.	300,00 €	realizirano
19.	Jedriličarski klub Opatija	Open IOM Croatian Championship 2025.	07.-09.03.	270,00 €	realizirano
20.	Jedriličarski klub Opatija	23. Vološćanski predbožićni kup 2025.	06.12.	270,00 €	realizirano
21.	UPIK Leprinka	LeFestiva	15.-16.06.	350,00 €	realizirano
22.	Kickboxing klub Opatija flight club	Opatija fight night, prvenstvo Hrvatske	26.04.	700,00 €	nije realizirano
23.	Planinarsko društvo Opatija	Dani hrvatskih planinara	31.05.-01.06.	950,00 €	realizirano
24.	Atletski klub "RIKA"	Ultra trail Učka	23.-25.05.	1.500,00 €	realizirano
25.	Folklorni ansambl Zora	Večer folklora "Naši tanci i stare užanci v Opatije"	26.07.	550,00 €	realizirano

26.	MAAN ENT d.o.o.	Voloskana 2025	05.07.	1.200,00 €	nije realizirano
27.	Odbojkaški klub Opatija Volley	Rockin' Beach Volley 2025	19.07.	270,00 €	nije realizirano
28.	Odbojkaški klub Opatija Volley	Opatija Volleyball Reunion 2025	15.11.	270,00 €	nije realizirano
29.	Enne, obrt za poslovno savjetovanje	Ičići sport'n'music	09.-10.08.	270,00 €	realizirano
30.	Vedran Ružić. samostalni umjetnik	Vološćanske jazz večeri	08. i 14.06.	900,00 €	realizirano
31.	Obrt za interpretaciju baštine Terra Incognita	Ciklus interpretacijskih šetnji "Kvarner nakon mraka: priče iz Terre Incognite"	01.04.-31.12.	530,00 €	realizirano
32.	Spicy Lab d.o.o.	Summer Garden 2025.	01.06-01.09.	1.900,00 €	realizirano
33.	Udruga Srce za Volosko	12. Međunarodni dječji festival Volos	01.10.-31.12. (2 dana)	590,00 €	realizirano
34.	Udruga Liburnia film festival	23. Liburnia Film Festival	26.-30.08.	1.400,00 €	realizirano
35.	Udruga 3. zmaj	Expo Gameri 2025	29.-31.05.	2.900,00 €	realizirano
36.	Klub za sportsku rekreaciju Gorovo	Adria Masters International	17.-19.05.	500,00 €	realizirano
37.	Klub za sportsku rekreaciju Gorovo	13. Hrvatski festival sportske rekreacije u nordijskom hodanju	12.4.	600,00 €	realizirano
38.	Liburnia Jazz	25. Liburnia Jazz Festival	04.-06.07.	2.000,00 €	realizirano
39.	Savez sportske rekreacije "Sport za sve" PGŽ	ADA liga	07.06.	270,00 €	realizirano
40.	Javna ustanova Park prirode Učka	XVII. Učcarski samanj	07.09.	700,00 €	realizirano
41.	Javna ustanova Park prirode Učka	Božićna bajka u PP Učka	12.-14.12.	700,00 €	realizirano
42.	Udruga ljubitelja kamelija Opatija	Festival kamelija i 17. izložba	07.-13.04.	900,00 €	realizirano
43.	Udruga KOMA	Muzika je zvonka radost - ČA revival u Opatiji	10.10.-10.12.	270,00 €	nije realizirano
44.	Udruga Opatijski kukali	12. Kukalka	22.-23.02.	270,00 €	realizirano
45.	Udruga Festival Kvarner	Festival Kvarner 2025	10.03.-16.03. i 04.10.-09.10.	1.800,00 €	realizirano
46.	LAB 9	3. FLORAL WEEK OPATIJA	16.-27.04.	2.300,00 €	realizirano
47.	Milenij hoteli d.o.o.	Food & Art gala večera	19.6.-05.09.	1.000,00 €	realizirano
48.	Milenij hoteli d.o.o.	Great Gatsby Royal Casino - James Bond Night	10.07.	1.000,00 €	nije realizirano
49.	Boćarski klub "Lovor"	Međunarodni turir u boćanju "Anina"	26.07.	270,00 €	realizirano
50.	VANAVI j.d.o.o.	Croatian wedding boutique	22.-23.11.	1.000,00 €	nije realizirano
51.	VANAVI j.d.o.o.	BižiLito - morski vikend	30.-31.08.	300,00 €	nije realizirano
52.	Yacht Club Croatia	Susak za dvoje/Susak za posade	21.-23.11.	270,00 €	nije realizirano
53.	Yacht Club Croatia	Opatija CRO Melges 24 Cup	03.-06.04.	500,00 €	realizirano

54.	Udruga OKO	Simfonijski/operni koncert u sklopu ciklusa OKO-a	studen/prosinac	700,00 €	realizirano
	SVEUKUPNO ODOBRENO:			40.000,00 €	
	SVEUKUPNO REALIZIRANO:			33.870,00 €	

2.3.3 OSTALE MANIFESTACIJE

2.3.3.1 JERRY RICKS BLUES FESTIVAL 2025.

Festival „Jerry Ricks Blues Festival – Kastav i Opatija rivijera “ održao se na području Opatijske rivijere i Kastva od 21. do 27. srpnja. Opatijsku večer 22. srpnja obilježile su dvije snažne i karizmatične glazbene figure – Kyla Brox, britanska pjevačica moćnog, soulom prožetog glasa, te Sue Foley, proslavljena kanadska gitaristica i vokalistica. TZ grada Opatija podržala je događanje financijskim iznosom od 1.330,00 eura.



2.3.3.2 LIBURNIA KUP

DZŠR Marinovi prijatelji organizirali su od 17. do 20. rujna atraktivni košarkaški turnir „Liburnia kup“. Košarkaši Dinama Zagreb osvojili su Liburnia kup 2025 svladavši u finalu Alkar rezultatom 77:52. Osim pehara namijenjenog pobjedniku turnira u Opatiji, ovaj je susret imao dodatnu težinu jer su oba finalista osigurala nastup u European North Basketball League (ENBL) u sezoni 2025/26. TZ grada Opatija podržala je događanje iznosom od 1.500,00 eura.



2.3.3.3 DANI SRCA

TZ grada Opatija sufinancirala je aktivnosti u sklopu manifestacije Dani srca, u sklopu koje je 27. rujna održana utrka „Trčimo za srce“. Cilj događanja je osvještavanje građana o važnosti očuvanja zdravlja srca i prevenciji kardiovaskularnih bolesti. TZ grada Opatija je podržala manifestaciju s iznosom od 13.000,00 eura.



2.3.3.4 DORA

Dora 2025 – hrvatski izbor za pjesmu Eurovizije održana je u Opatiji u sklopu „Glazbenih dana HRT-a“. Program je sadržavao svečanu ceremoniju Plavog tepiha, polufinalne i finalne večeri, kao i prigodnu glazbeno-zabavnu emisiju koja je dočarala retro atmosferu hitova 60-ih godina. TZ grada Opatija financijski je podržala realizaciju Dore iznosom od 52.962,50 eura.



2.3.3.5 TORMENTA TANGO MARATHON

U hotelu Royal od 13. do 17. ožujka održan je treći Tormenta Tango Marathon – međunarodna manifestacija koja je obuhvatila sedam milongi, od kojih je svaka pružila posebno glazbeno putovanje uz svjetski poznate DJ-e. Tijekom četiri dana okupljeni su tango plesači koji su zajedno plesali više od 42 sata. Manifestaciju je podržala Turistička zajednica grada Opatije s iznosom od 1.500,00 eura.



2.3.3.6 UNWASTED 2025 FORUM

Opatija je od 16. do 18. svibnja bila domaćin UNWASTED 2025 Foruma posvećenog ostvarivanju ciljeva održivog razvoja kroz konkretna rješenja koja omogućuju održivu tranziciju, održanog pod pokroviteljstvom Svjetske akademije znanosti i umjetnosti. Cilj UNWASTED Foruma je pozicionirati Hrvatsku kao globalnu referentnu točku održivosti, predstavljajući domaćem i međunarodnom auditoriju praktična rješenja i inovacije koje su u različitim sektorima postigli iznimni hrvatski pojedinci, gospodarstvenici i institucije. Inicijativa je pokrenuta u suradnji s hrvatskim ribarima i brendom Krie dizajn s ciljem spašavanja Jadrana od odbačenih ribarskih mreža, od kojih se potom proizvodi odjeća. U UP Juraj Šporer održana je modna revija na kojoj su demonstrirane inovacije internacionalnog Green Fashion Weeka koji djeluje već 10 godina pod pokroviteljstvom UN-a, s posebnim fokusom na održivost u tekstilnoj industriji.



2.4 TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

2.5 PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

2.5.1 PODRŠKA ORGANIZATORIMA POSLOVNIH DOGAĐANJA

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

- 21.-22.03. PAR International Leadership Conference (PILC) 2025;
- 27.-28.03. Vatrogasna zajednica PGŽ, Stručni skup;
- 05.-06.04. Hairstyle News 2025;
- 25.-26.04. 3. jadranski simpozij o debljini;
- 05.-08.05. Hrvatski pedagoško-književni zbor;
- 07.-09.05. 40. međunarodni znanstveno-stručni susret stručnjaka za plin;
- 08.-09.05. Stručni međunarodni skup Mikrobiološka kontrola lijekova i medicinskih proizvoda;
- 09.-11.05. 14. kongres AMICO (Aesthetic Medicine International Congress Opatija);
- 12.-13.05. 22. Drvno-tehnološka konferencija;
- 14.-16.05. Hrvatski dani osiguranja 2025;
- 15.-17.05. znanstvena konferencija Tourism in Southern and Eastern Europe;
- 29.05.-01.06. Slowmotion festival & Conference;
- 02.-06.06. 48. međunarodni ICT skup MIPRO 2025;
- 05.-08.06. 14. kongres Hrvatske udruge medicinskih sestara;
- 03.-05.07. Web Summer Camp;
- 20.-27.07. konferencija ELSA;
- 28.-30.07. kongres Jehovinih svjedoka;
- 29.09.-01.10. 9. Međunarodna konferencija TOURISM 365 i B2B Marketplace-a;
- 16.-19.10. 7. kongres hrvatskih logopeda;
- 13.-14.11. 29. međunarodni kongres CROMAR 2025;
- 27.-29.11. Second International Conference on Teaching and Learning in Medical Education;
- 01.-03.12. Hrvatski pedagoško-književni zbor.

2.5.2 POTPORA PROGRAMU „LAND & CRUISE“

Važna uloga u razvoju novih proizvoda destinacije svakako pripada destinacijskim menadžment kompanijama (DMK). TZ grada Opatija podržala je organizaciju vođenih tura gostiju koji na kružnim putovanjima brodom polaze iz Opatije u organizaciji TA Katarina line. Program Land&Cruise održava se od travnja do listopada. Land programi osmišljeni su kao četverodnevne ture, a koji osim razgleda polazišnih gradova, nude i posjet Opatiji uz noćenje u nekom od opatijskih hotela.

3 KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1 OGLAŠAVANJE TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA

U 2025. g. promocija destinacije te turističkih proizvoda i usluga značajnije je fokusirana na strana tržišta te na segment tržišta gostiju više platežne moći.

3.1.1 ONLINE OGLAŠAVANJE

Budžet za online oglašavanje utrošen je na oglašavanje destinacije, turističkih proizvoda i manifestacija putem digitalnih kampanja, na društvenim mrežama te drugim digitalnim platformama. Kontinuirana promocija sa kratkim pauzama doprinijela je povećanju „awarenessa“ na stranim tržištima o Opatiji kao atraktivnoj destinaciji raznovrsne turističke ponude, ali i povećanju broja ostvarenih noćenja u 2025. godini.

U suradnji s Liburnia Riviera hoteli d.d. i Milenij hoteli d.o.o. TZ grada Opatije nastavila je kroz cijelu 2025.g. kampanju promocije Opatije kao destinacije putem najutjecajnijeg europskog turističkog portala European Best Destination. Kampanja je obuhvatila promociju Opatije kao destinacije kroz trinaest različitih kategorija (Best wedding places, Best wellness destination, The most romantic destination, The best places for proposing, The best Christmas market in Europe, The best Christmas destination, The best Christmas lights...).

Realizirane su digitalne kampanje za manifestacije RetrOpatija, Festival čokolade te Advent, a pratile su ih i kampanje na društvenim mrežama (FB VisitOpatija, FB RetrOpatija, FB Opatija Advent, Instagram VisitOpatija) putem agencije „Totalna agencija“. Također, realizirane su kampanje tijekom proljeća i jeseni na temu „activity, health and wellbeing“.

Sve digitalne kampanje polučile su višestruko bolje rezultate od planiranih u smislu impresija, ostvarenih klikova, pregleda stranica, vremena posjetitelja provedenog na stranici www.visitopatija.com te daljnjih klikova prema posebnim ponudama.

3.1.2 OFFLINE OGLAŠAVANJE

Tijekom 2025. godine provedene su brojne aktivnosti u vidu offline oglašavanja. Kako je prethodno već navedeno, u svrhu promocije opatijskih manifestacija provedene su brojne promotivne aktivnosti na domaćem i stranim tržištima:

- bigboard kampanje;
- brendiranje autobusa;
- oglasi u novinama i časopisima;
- izrada promotivnih materijala;
- izrada audio spota i emitiranje na nacionalnim radiopostajama;
- reportaže na nacionalnim televizijskim postajama...

U vidu podizanja awarenessa, u austrijskim dnevnim novinama Kleine Zeitung je provedeno zajedničko oglašavanje u suradnji sa hotelskom kućom Liburnia Riviera Hoteli d.d. objavom oglasa i redakcijskih članaka tijekom proljeća i jeseni s ciljem povećanja broja gostiju u pred i posezoni. Objavama je promovirana ponuda u segmentu aktivnog turizma, zdravstvenog turizma i gastronomije. U svrhu targetiranja gostiju više platežne moći objavljen je oglas u vrlo selektivnom The Compendium by Centurion magazinu - godišnjaku koji za bogate vlasnike Black American kartice služi kao glavna preporuka, „must have“ za sljedećih dvanaest mjeseci. Magazin The Compendium distribuira se samo članovima Amex Centurion Black kartice. Objavljeni su i oglasi u svjetski prepoznatim ASTA Worldwide Destination Guide 2025/2026 i Luxury Reports te u francuskom Petit Futé-u. U slovenskom Dnevniku Ljubljana objavljen je oglas u prilogu Hrvaška, dok je segment nautičkog turizma obuhvaćen oglasom u časopisu Val navtika.

Offline promotivne aktivnosti realizirane su komplementarno s online aktivnostima, a najvećim su dijelom usmjerene na promociju destinacije u razdobljima izvan glavne sezone.

3.1.3 OGLAŠAVANJE S REGIONALNOM TURISTIČKOM ZAJEDNICOM

TZ grada Opatija je u suradnji s turističkim zajednicama Opatijske rivijere i TZ Kvarnera realizirala udruženo online oglašavanje, a kampanju je provela agencija S.T.A.R. Digital. Kampanja je provedena na slovenskom i austrijskom tržištu ističući outdoor/aktivni turizam i gastronomiju.

3.1.4 OGLAŠAVANJE JAVNO – PRIVATNOG SEKTORA

TZ grada Opatija financijski je sudjelovala u modelima udruženog oglašavanja u suradnji s gospodarskim subjektima Liburnia Riviera Hoteli, Amadria Park, Katarina Line te s regionalnom Turističkom zajednicom Kvarnera.

3.2 SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

3.2.1 NASTUPI NA SAJMOVIMA

FERIENMESSE BEČ, 16.-19.01.2025.

Opatijska rivijera predstavila se na sajmu Ferienmesse u Beču, najvećem austrijskom sajmu za odmor, putovanja i slobodno vrijeme. Slovenija je bila zemlja-partner ovogodišnjeg sajma na kojem je sudjelovalo oko 450 izlagača. Tržište Austrije vrlo je zastupljeno i bilježi kontinuirano visoki broj dolazaka i noćenja tijekom cijele godine na Opatijskoj rivijeri.

F.R.E.E MÜNCHEN, 19.-23.02.2025.

Turističke zajednice Opatijske rivijere zajednički su nastupile na jednom od najvećih turističkih sajmova u Europi – F.R.E.E München. Nastup je organiziran na štandu Hrvatske turističke zajednice, a Opatijska rivijera bila je jedan od 26 suizlagača. Veliki dio posjetitelja tražio je dodatne informacije o aktivnostima u destinaciji.

Place2GO, međunarodni sajam turizma, 28.-30.03.2025.

TZ grada Opatija je na najvećem turističkom sajmu u Hrvatskoj PLACE2GO predstavila turističku ponudu Opatijske rivijere. Dvanaesto izdanje sajma održano je od 28. do 30. ožujka na Zagrebačkom velesajmu. Na sajmu se predstavilo preko 200 izlagača uključujući i one iz Alžira, Sierra Leonea, Burundija, Madagaskara, Indije, Indonezije, Šri Lanke, Finske, Litve, Italije, Mađarske, SAD, Njemačke, Kosova, Srbije, Bosne i Hercegovine, Slovenije, Crne Gore i Hrvatske. Sajam je bio raspoređen u dva segmenta – B2B i B2C. Proteklih godina sajam je privukao više od 137.000 posjetitelja i ugostio više od 720 izlagača iz 39 zemalja.



MEETEX ZAGREB 01.-03.04.2025.

TZ grada Opatija predstavila se na nacionalnoj kongresnoj burzi MEETEX, održanoj u Zagrebu od 01.-03. travnja 2025. godine. Održano je 27 unaprijed dogovorenih sastanaka s međunarodnim kupcima s kojima se razgovaralo o kongresnoj ponudi Opatije.

Na MEETEX-u je 50-ak hrvatskih izlagača održalo više od 1.100 B2B sastanaka s 60-tak pozvanih kupaca iz 20 zemlja svijeta te im predstavilo bogatu kongresnu ponudu Hrvatske. Na burzi su uz TZ grada Opatija sudjelovali i Liburnia Riviera Hoteli i Milenij Hoteli.



IMEX FRANKFURT 20.-22.05.2025.

TZ grada Opatija nastupila je od 20. do 22. svibnja na jednoj od najvećih svjetskih kongresnih burzi, IMEX u Frankfurtu, u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice. Suizlagačko mjesto je dijeljeno s agencijom Katarina Line, gdje je pritom svaki od izlagača imao zasebnu agendu sastanaka.

Na štandu je, uz HTZ, bilo 28 suizlagača, uključujući destinacije, hotele i agencije. Iz Opatije su se još predstavili Liburnia Riviera Hoteli d.d. i Amadria Park hoteli. Tijekom 3 dana burze održani su B2B sastanci s kupcima - potencijalnim organizatorima poslovnih događanja u destinaciji. Lokacija stola TZG Opatija je bila na dobrom mjestu, te je omogućila dogovaranje dodatnih sastanaka na samom sajmu. Kupci su se obraćali s konkretnim upitima i planovima za dolazak s grupama u Opatiju. Dodatno održani sastanci ukazali su na mogućnost kvalitetne buduće suradnje.



3.2.2 POSEBNE PREZENTACIJE

TRAIB DE LUX – MAJESTIC IMPERATOR 01.05.

U sklopu programa dobrodošlice, Turistička zajednica grada Opatija organizirala je tradicionalni doček grupe od 65 austrijskih turista na željezničkoj stanici u Matuljima. Gosti su dočekan uz aperitiv i prigodni program u kojem su sudjelovale djevojke odjevene u krinoline, pružajući time poseban šarm i ugođaj dobrodošlice.

Tijekom dočeka, gostima je predstavljena Opatijska rivijera s naglaskom na kulturne i prirodne znamenitosti destinacije, kao i na raznovrsnu turističku ponudu. Podijeljeni su promotivni materijali koji dodatno informiraju posjetitelje o atrakcijama, događanjima i sadržajima dostupnima tijekom njihovog boravka. Ova inicijativa dio je kontinuiranih napora Turističke zajednice usmjerenih na jačanje imidža Opatije kao atraktivne i gostoljubive destinacije za strane posjetitelje.



SAJAMSKI NASTUPI GOSPODARSKIH SUBJEKATA

Agenciji Katarina Line d.o.o. odobreno je financiranje troška dodatnog kofera za transport promotivnih materijala u okviru sajamskih nastupa, workshop-ova i prezentacija na američkom i kanadskom tržištu. Predmetni trošak je financiran za 16 nastupa u 16 gradova u ukupnom iznosu od 1.600 EUR.

KONVENCIJA FECC

U Rijeci je od 10.-17. svibnja održana konvencija Federacije europskih karnevalskih gradova (FECC) uz domaćinstvo Turističke zajednice grada Rijeke. TZ grada Opatija financirala je trošak kostimiranog vođenja Opatijom.

MEĐUNARODNA TURISTIČKA BURZA PUT I DODJELA NAGRADA SIMPLY THE BEST

TZ grada Opatija osvojila je nagradu „Simply the Best“ u kategoriji Jadranska destinacija. Riječ je o tradicionalnom priznanju koje već 15 godina dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA) i poslovno-turistička burza PUT s ciljem prepoznavanja kreativnosti, inovativnosti i izvrsnosti u hrvatskom turizmu. Svečana dodjela priznanja održana je 9. travnja 2025. godine u Toplicama Sveti Martin u sklopu 25. izdanja Burze PUT.

FESTIVAL ČOKOLADE RADOVLJICA

TZ grada Opatija predstavila je 12. travnja, na Festivalu čokolade u slovenskoj Radovljici opatijski Festival čokolade. Za potrebe promocije izrađeni su najavni letak Festivala čokolade te promotivne čokoladice s likom Djevojke s galebom.



DONACIJA HOTELIJERSKO-TURISTIČKOJ ŠKOLI

TZ grada Opatija financijski je podržala realizaciju odlaska i sudjelovanja učenika Hotelijersko-turističke škole Opatija na međunarodnom natjecanju AEHT koje je održano u švedskom Vasterasu od 3. do 8. studenog.

3.3 MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE (OGLAŠAVANJE SA STRATEŠKIM PARTNERIMA)

TZ grada Opatija sudjelovala je u sufinanciranju promotivnih kampanja s avio kompanijama i drugim strateškim partnerima na inozemnim tržištima u 2025. g. prema raspodjeli sufinanciranja od strane TZ Kvarnera, a sukladno kojem iznos sufinanciranja za TZ grada Opatija iznosi 14.000,00 eura.

3.4 SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

U 2025.g. Opatiju je posjetilo gotovo 250 novinara, blogera, influencera, fotografa te agenata iz brojnih europskih i svjetskih zemalja i Hrvatske za koje su djelatnici TZ grada Opatija osmislili i organizirali program boravka, organizirali smještaj i posjet restoranima, razgled Opatije uz stručnog vodiča te pripremili promotivne materijale i suvenire. Dolasci i boravak novinara, influencera, blogera, fotografa i agenata u Opatiji organizirani su u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Kvarnera, Liburnia Riviera Hotelima, Amadria Park hotelima, agencijom Katarina Line te hotelima Miramar i Keight, Curio Collection by Hilton.

STUDIJSKA PUTOVANJA TURISTIČKIH AGENATA

Tržište	Sudionici	Datum boravka
MEETEX FAM	Suita Carrano (Art & Culture Enterprise Corporation) Brendan Gormley (BBC) Cornel Simiu (Blue Travel & Events) Kate McKay (Caxton Manor)	4.-5.4.

	Luis Dorantes Tinajero (GRUPO AMÁSB) Michelle Alison Turner (ITALY BRIDE AND GROOM WEDDINGS) Johann Josef Krakofsky (PROFI REISEN) Amal Köttnerová Tomera (Conference & Incentive s.r.o) Tina Hughes (Wynford)	
USA	Schile/Todd Michael (AMA Travel) Schile/Teresa Lena (AMA Travel) Joseph J Affatato (Cruises and Tours Unlimited) Dr. Vincent J Levito Debra Carr (Great Day! Tours) Donald Carr Donna Zabel (World Travel Management) Stella Kaplan (Smartflyer NYC) Lynn Silberman (Tara Tours Inc.) Nora Zinn (Tara Tours Inc.) Joan Christina Welsh (American Express Travel Service) Laurel Curley Lukus (American Express Travel Service) Beatrice Nyilas-Brcic (Ambassador Travel Services) Ronald Martin Brcic (Ambassador Travel Services) Evelyn Frese (Evie's House of Travel) Jill Pfefferle (Evie's House of Travel) Marijke Grotz (Montecito Village Travel) Shan Shan Bu (Voyage Vasco) Camille Fong (Voyage Vasco) Fergus Jones (Regent Holidays)	8.5.
BRA	Edy Benny (Holding Club Group) Camila Rocha (Phinia inc. company) Gabriela Alves (Tp Corporate & Aurum Incentives) Juliana Patti (Bayer) Francisco Carlos Gama (Basic travel for trainning) Denise Amado (Discover Eventos) Anna Kojo (Wayz Travel) Sandra Veloso (Avipam) Liliana Pagetti (Tv 1 Experience) Jessica Silva (Raizen Shell) Eliane Taunay (The Collection)	22.-25.5.
SRB	Bojana Lazarević (Made of games) Ana Đokić (Hoolooovoo) Marija Vasić (Khaoticen) Ivana Piacun (PWC) Dragan Nikolić (Salveo) Daroslava Tomić (Pharmanova) Jelena Pavlović (Novo nordisk pharm) Petar Mesarić (TU magazin)	16.-17.10.

STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA

Datum boravka	Tržište	Ime i prezime, publikacija
14.2.	CZ	Teodor Marjanovič (Seznam / Czech Television)
	IT	Daniela Solito (La Repubblica)
9.3.-14.3.	FR	Hélène Piot
		Nicolas Lobbestael
15.3.	DACH	Alexander Suppantšitsch (Alpe Adria Magazin i Monat)
		Mr. Lux (Kleine Zeitung)
21.3.-23.3.	SLO	Tomaž Sršen (DolceVita.net, ovinu.si)
5.4.-8.4.	US	Aoife Breslin (Lonely Planet)
		Clive Pursehouse (Fausto Magazine/Decanter Magazine)
8.4.-10.4.	SLO	Saša Bokavšek (Adria Media - Elle)
		Saša Kobe Erjavec (Adria Media - Elle)
		Eva Doljak (Styria Media - Žurnal24)
		Mya S (Grazia)
		Sabrina Vidovič (@manylovesbysabrina)
		Tjaša Kramarič (@tjasa.kr)
		Jutra Zorc (@zjutra)
		Alenka Trogrlič (@alenkatrogrlic)
10.4.-12.4.	HU	Guttray Móni (elle.hu)
		Csáti Melinda (glamour.hu)
		László Enikő (evamagazin.hu)
		Szántó Krisztina (marieclaire.hu)
		Pécsi Balázs (gentlemansreview.hu)
		Gökler Kriszti (influencer, @krisztigokler)
12.4.-13.4.	DACH	Madeleine Napetschnig (Die Presse)
		Frank Gindler (Porsche Club Life Magazin)
		Frank Zöllner (Mediengruppe Westfälischer Anzeiger)
		Johanna Zimmermann (Freundin)
		Monika Höna (Freelance für Südwest Presse, Märkische Oderzeitung, Lausitzer Rundschau)
12.4.-15.4.	CZ	Pavla Apostolaki (Marianne, iDNES, Mladá Fronta Dnes, Právo, GEO)
24.4.-27.4.	DACH	Philipp Grabner (Niederösterreichische Nachrichten)
		Liane Pircher-Deutschmann (Tiroler Tageszeitung)
		Irene Stelzmüller (Magazin INSIDER)
		Jasmin Kreulitsch (ÖGZ)
		Christina Letzeisen (Clever Reisen, Magazin Lübecker Bucht)
8.5.-10.5.	FR	Damiani Jean-Pilippe (ROUTARD.COM)
8.5.-10.5.	RS	Nenad Basarić, (vino.rs)
		Ivana Čutura, (vino.rs)
22.5.-25.5.	DACH	Alexander Pansi (JUST)
26.5.-28.5.	RK	Eun-Young Kwak (Travelogue Earth)
		Kyeong- Seop Kim (Travelogue Earth)
		Park Do-hyeong (Travelogue Earth)
11.6.-12.6.	SE/NO	Johan Augustin (ALLT OM VIN)
		Jason Poon (PADDLING)
26.6.-29.6.	DACH	Andrea Hodoschek (Kurier)

	IT	Noemi Penna (La Stampa)
	CZ	Markéta Kubicová (Hospodářské noviny, dodatak PročNe)
27.-29.6.	DACH	Günter Fritz (Medianet, Die Presse) Marc Reisner (Freelance Journalist)
29.6.	PL	Paweł Turski (Program 3, Poljski nacinalni radio) Iwona Kołczańska (wp.pl) Natalia Jasińska (Onet podróże) Maria Guzek (TVP 1930) Krzysztof Kołosionek (TVP 1930) Łukasz Malinowski (Rynek Kolejowy) Tomasz Kubat (Radio Zet) Dominik Lebda (TVP TX)
22.8.-30.8.	SK/AT	Ingrid Žalneva (travelpotpourri.net)
9.9.	DACH	Marc Oliver Rühle (BILD AM SONNTAG, Living at Home etc.)
13.9.	DACH	Michael Juhra (freelance journalist)
26.-28.9.	CZ	Teodor Marjanovič (Seznam / Czech Television / https://www.mojepredplatne.cz/predplatne/koktejl-lp)
5.10.-7.10.	HU	Péter Györffy (TV2 Tények Plusz) Vivien Czira (TV2 Tények Plusz) Szilvia Cserhádi (turizmus.com) Tímea Szöllősi (turizmusonline.hu) Róbert Arnold Erdei (Mediaworks Tömegdivízió) Anikó Kerekne Pilinszky (IBUSZ) Balázs Pécsi (Index) Bence Tövissi (Index) Anna Daubner (InStyle)
12.10.	AZE	Elchin Huseynov (Region Plus Analytical magazine) Tamilla Huseynli Riza (IG i TikTok: tamileworld; FB: Tamilla Huseynli) Ayaz Mirzayev (Report.az i Baku TV) Arslan Abbasov (The M.O.S.T. luxury, lifestyle magazine) Yelena Kosolapova (Azeri Observer Magazine) Tural Museyibov (Ajans Media, www.ajans.az)
14.-16.10.	SI	Saša Bokavšek (Adria Media – Elle/Cosmo) Saša Kobe Erjavec (Adria Media – Elle/Cosmo) Eva Doljak (Styria Media - Žurnal24) Barbara Volčjak (Dnevnik) Nina Kolar (@ninakolarofficial) Tia Verdev (@tia.verdev) Nika Kar (@nikakar)
16.-18.10.	HU	Rita Pozsgai (kiskegyed.hu) Laura Illyés (drive.hu) Boglárka Barna (joy.hu) Eszter Horváth (femina.hu) Kriszta Majoros (remind.hu) Áron Balázs (@stickyboi_)
16.10.-18.10.	DACH	Brigitte Mussil Egger (Kronen Zeitung) Robert Benedikt (Kleine Zeitung) Omer Tarabic (OÖN (Oberösterreichische Nachrichten)) Harald Meyer (Oe24 & Reiselust)
27.10.	HR	Alma Premrl Zoko (modniALMAAnah)

		Nikola Zoko (modniALMAAnah)
		Aleksandra Golubović (Story)
		Anela Martinović (Gloria IN)
		Mario Jukić (Hedonism Tourism)
		Martina Strukić (Večernji list)
		Melita Hanžek (Glam.hr)
7.11.-9.11.	DACH	Eva Dülligen (Vinum)
		Nicol Schmidt (Mein Magazin (ex Sonntag aktuell))
		Helmut Meyer (Reisegenuss)
		Erich Nyffenegger (Schwabische Zeitung; Wings Magazin)
		Robert Möginger (Westdeutsche Zeitung)
2.12.-4.12.	SLO	Mojca Zemljak (Adria Media – Metropolitan)
		Mya Sarah Šahmanović (Grazia)
		Tamara Čalošević (Dnevnik)
		Srdjan Cvjetović (Siol)
		Alenka Medič (Programming Director at Planet TV)
		Tajda Lah (@justcallme_tajda)
		Rebecca Gliha (@rebeccagliha)
		Lia Zuljan (@lia.zuljan)
		Lea Mederal (@leamederal)
4.12.-6.12.	HU	Pécsi Balázs (gentlemansreview.hu)
		Kalcsó Adrienn (happyfamily.hu)
		Kenesi Anikó (instyle.hu)
		Sajószegi Veronika (femcafe.hu)
		Nagy Viktória (noklapja.hu)
		Danka Noémi (@papirszarnyak)
		Katona Gitta (@gitta.katona)

Travel Leaders Network International Luxury Forum 2025.

Od 18. do 23. listopada u organizaciji konzorcija Travel Leaders Network (TLN) i uz poslovno-tehničku podršku Hrvatske turističke zajednice, TZ Primorsko-goranske županije i TZ grada Opatija u Opatiji je održan međunarodni International Luxury Forum.

International Luxury Forum predstavlja jedan od najekskluzivnijih b2b evenata za koji pozive za sudjelovanje dobiva 50-55 top agenata – članova Luxury Alliance pri TLN te 25-30 partnera u sektoru putovanja. TLN je u vlasništvu holdinga Internova Travel Group, koji predstavlja jednu od najvećih američkih grupacija u globalnoj industriji putovanja koja okuplja preko 100.000 agenata kroz Leisure, Corporate i Luxury programe.

Na b2b sastancima s agentima su sudjelovali hrvatski članovi TLN-a, kao i članovi iz drugih europskih zemalja. Prije, za vrijeme i nakon Foruma organizirana su studijska putovanja u suradnji s domaćim putničkim agencijama, članovima TLN Konzorcija iz Hrvatske i SAD-a.

TZ grada Opatija je organizacijski i financijski podržala događanje te preuzela troškove programa „Welcome Reception & Dinner“ prvog dana Foruma.



Suradnja s nacionalnim i inozemnim medijima

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

Direktorica i djelatnici TZ grada Opatije gostovali su u brojnim emisijama i live javljanjima nacionalnih televizija, kao i u radijskim emisijama te su na taj način postigli dodatnu vidljivost destinacije na domaćem tržištu.

Posjeti međunarodnih delegacija

Posjet veleposlanika Francuske i Njemačke Opatiji uz Dan Europe

Povodom Dana Europe u Opatiji je održano primanje za Nj. E. Fabiena Guillaumea Edmonda Fieschija, izvanrednog i opunomoćenog veleposlanika Francuske Republike u Hrvatskoj i Nj. E. g. Christiana Hellbacha, veleposlanika Savezne Republike Njemačke u Hrvatskoj. Veleposlanike su primili gradonačelnik Fernando Kirigin i zamjenica gradonačelnika Kristina Đukić te predstavnici Grada Opatije, Ana Brumnjak Iličić, voditeljica Odjela za odnose s javnošću, protokol i međunarodne odnose i Emma Superina, menadžerica za marketing Turističke zajednice Grada Opatije. U ime Regionalne razvojne agencije PGŽ-a (PRIGODA) sudjelovali su ravnatelj Vedran Kružić i viši stručni suradnik Srđan Kerčević. Kao članovi delegacije sastanku su prisustvovali i Igor Kolman, savjetnik za politike i voditelj Odjela za odnose s javnošću Veleposlanstva Savezne Republike Njemačke u Republici Hrvatskoj te Emmanuel Dagron-Halimi, prvi tajnik i savjetnik za medije Veleposlanstva Francuske Republike u Republici Hrvatskoj.

Na sastanku se raspravljalo o iskustvima i modelima suradnje javnog i privatnog sektora, s naglaskom na održivi razvoj, izazove turizma poput sezonalnosti, pristupačnog stanovanja i ravnoteže između turizma i kvalitete života lokalnog stanovništva. Predstavljene su opatijske inicijative za cjelogodišnji turizam i promociju kulturne baštine,

uz isticanje sličnih praksi u Francuskoj i Njemačkoj te dugogodišnje međunarodne suradnje.

3.5 KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

3.5.1 IZRADA I DISTRIBUCIJA INFORMATIVNIH MATERIJALA

U izvještajnom razdoblju realizirane su sljedeće aktivnosti vezano uz izradu promotivnih materijala i suvenira:

- Mapa Lungomare - 15.000 kom
- Mapa Lungomare s tvrdim koricama – 500 kom
- Be Charmed njemački - 1.000 kom
- Be Charmed engleski i talijanski – 1.500 kom
- Mala image brošura – 15.000 kom
- Letak Veprinac i Volosko - 10.000 kom
- Akreditacijske trakice – 2.000 kom
- Gourmet brošura – 1.500 kom
- Plan grada - 500 blokova
- Vrećice Be Charmed - 1.000 kom
- Redizajn i tisak kongresne brošure: hrvatski – 50 kom, engleski – 50 kom

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

MREŽNE STRANICE

Web stranica www.visitOpatija.com redovito se ažurira novim informacijama, kalendarima događanja, osvježnim foto i video materijalima na hrvatskom, engleskom, njemačkom, slovenskom, mađarskom i talijanskom jeziku. Tijekom 2025. g. web stranicu je posjetilo 362 tisuće korisnika. Ukupan broj prikaza u 2025. g. iznosi 1.003.735. Najveći broj korisnika bilježi se iz Hrvatske, Slovenije, Austrije, Njemačke i Mađarske.

Kako je godina započela nastavkom adventske komunikacijske strategije, u siječnju je vizual na web stranici prilagođen Adventu. S ciljem snažnijeg povezivanja s gostima nakon Adventa, naglasak je stavljen na tradiciju karnevala te je vizual web stranice prilagođen karnevalskom razdoblju.

Od ožujka je u skladu s projektom „Opatija – oaza zdravlja i wellnessa“ naglasak stavljen na buđenje duha i tijela te predstavljanje mogućnosti za aktivan i wellness odmor u Opatiji kao i dugu tradiciju zdravstvenog turizma. Kako je komunikacijska strategija bazirana na emocijama kroz koje se stvaraju snažne veze s gostima, Uskrs u Opatiji je obilježen uz

poruke mira i blagosti, a svibanj i lipanj u potpunosti su posvećeni najboljoj hrvatskoj manifestaciji – RetrOpatiji.

Jesen je pratila kampanja temeljena na outdoor aktivnostima i wellness ponudi uz poseban naglasak na vrhunsku gastronomiju, dok se od početka studenog do kraja godine vizual prilagodio Festivalu čokolade i Adventu u Opatiju uz naglasak na prigodno uređenje, ugostiteljsku ponudu i bogat program događanja.

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

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

TZ grada Opatija održava i zajedničku stranicu turističkih zajednica Opatijske rivijere www.opatija-riviera.info. Na stranici su osim kontakata svih turističkih zajednica Opatijske rivijere objavljene i virtualna šetnja Opatijskom rivijerom kao i outdoor karte Opatijske rivijere.

DRUŠTVENE MREŽE

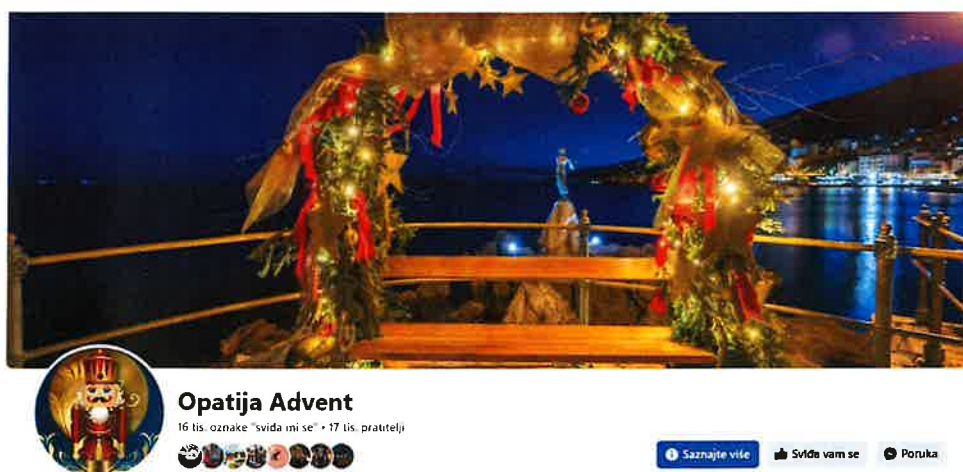
TZ grada Opatija upravlja profilima Visit Opatija na društvenim mrežama Facebook, Instagram i YouTube. Broj pratitelja na Facebooku iznosi 53.999, a Instagram profil Visit Opatija prati više od 37.727 pratitelja. Djelatnici TZ grada Opatija u suradnji s agencijom aktivno objavljuju sadržaje na društvenim mrežama te provode oglašavanja na društvenim mrežama. Sadržaji se prilagođavaju godišnjem dobu te turističkim proizvodima, a imaju za cilj stvaranje pozitivnog imidža Opatije. Na društvenim mrežama se redovito objavljuju i informacije o događanjima u Opatiji.

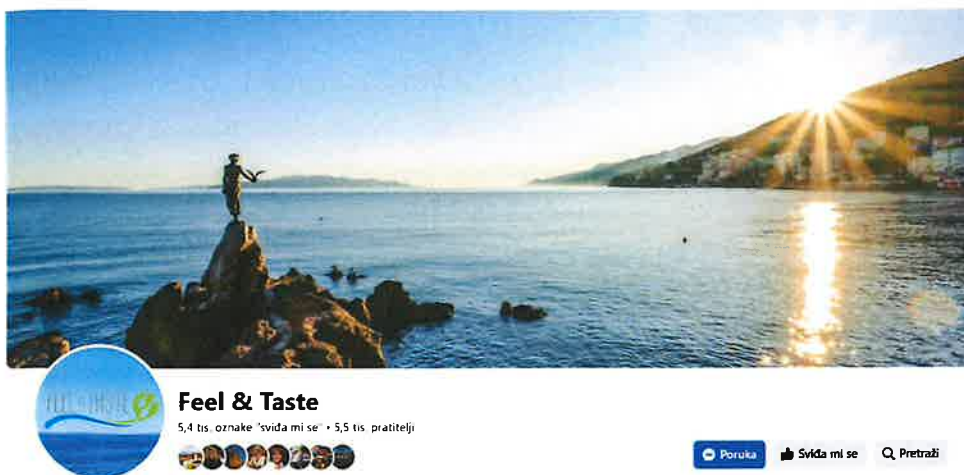
Komunikacija na društvenim mrežama prati komunikacijsku strategiju baziranu na doživljaju, uz predstavljanje komparativnih prednosti Opatije: stoljetne tradicije u turizmu i zdravstvenom turizmu, mogućnosti za odmor u prirodi i aktivan odmor, vrhunska gastronomija, blizina emitivnim tržištima.

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

TZ grada Opatija upravlja i Facebook stranicama RetrOpatija (5.087 pratitelja), Opatija Advent (17.176 pratitelja) i Feel & Taste (5.439 pratitelja) na kojima se objavljuju sve novosti vezane uz popularna opatijska događanja i projekte. Aktivno se i pravovremeno

kreiraju i Facebook evente za sva događanja u organizaciji TZ grada Opatija te objedinjuju sa svim događanjima ostalih organizatora.





TZ grada Opatija osmislila je i realizirala prigodne kampanje na društvenim mrežama s ciljem promocije Opatije kao cjelogodišnje destinacije koja nudi sve potrebno za savršen odmor. S korisnicima se komuniciralo putem Facebook i Instagram profila Visit Opatija. Svakodnevni kvalitetni sadržaji naišli su na odlične reakcije korisnika te potakli značajnu interakciju s korisnicima.

3.6 INTERNETSKE STRANICE

U 2025. g. TZ grada Opatija redovno je održavala Internet stranice www.visitOpatija.com, www.opatija-convention.com, www.opatija-riviera.info. U održavanje su uključena ažuriranja sadržaja i strukture, zakup domena i hosting. Troškovi uključuju i redizajn web stranice www.visitOpatija.com te izradu novih tekstova.

3.7 KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

3.7.1 OTKUP SADRŽAJA, FOTOGRAFIJA I OSTALIH PODATAKA

Za potrebe promocije destinacije u 2025. g. otkupljene su image fotografije Opatije te fotografije manifestacija: Dječji karnevalski korzo, Balinjerada, RetrOpatija, Ljetna Balinjerada, Festival čokolade, Advent kao i drugih turističkih proizvoda.

Izrađene su i podvodne fotografije na lokaciji špilje podno Ville Ariston. Na mjestu gdje šetnica Lungomare doseže svoju najvišu nadmorsku visinu nalazi se posve divlji kutak Opatije. Raskošno zelenilo spušta se niz stijene do mora. Špilja je iznutra lagano osvijetljena zrakama svjetlosti koje dopiru kroz malene otvore na stropu visokom oko 4 metra. Špilju krasi razni oblici stalaktita te sige u obliku malih zavjesa. Ispred ulaza u špilju dno je duboko oko 2 metra i posuto sitnim sivim kamenčićima. Unutrašnjost špilje otkriva pravo bogatstvo flore i faune.

3.7.2 PROIZVODNJA MULTIMEDIJSKOG MATERIJALA

Za potrebe promocije Opatijske rivijere realiziran je promotivni film „Opatijska rivijera – Točka mediterana za sve“ u produkciji tvrtke Level 52. Promotivni film će se koristiti u svrhu promocije i realizacije digitalnih kampanja Opatijske rivijere u 2026. godini.

3.8 TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

Turističko informativni centar obavlja svoje zakonom propisane zadaće. U TIC-u su trenutno zaposlene četiri djelatnice (voditeljica TIC-a, tri stručne suradnice i informatorica).

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

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

4 DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1 TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE

Turistička zajednica grada Opatija financira korištenje sustava mVisitor, koji prvenstveno služi olakšanju procesa prijave turista te komunikaciji na razini turističkih zajednica i iznajmljivača. Svi iznajmljivači imaju mogućnost preuzeti mobilnu aplikaciju putem svojih mobilnih uređaja i na jednostavniji način izvršiti prijave svojih gostiju. Sustav omogućuje unos podataka od strane gosta „preCheck-In“, kao i digitalno iščitavanje (skeniranje) osobnih dokumenata od strane iznajmljivača ili gosta sa automatskim prosljeđivanjem podataka potrebnih za prijavu turista u nacionalni sustav eVisitor. Kao zamjena za dosadašnje prijavljivanje putem TAN liste u eVisitor, mVisitor predstavlja alternativu koja iznajmljivačima značajno olakšava i ubrzava proces prijave gostiju u svoje objekte.

4.2 UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

Nagrade za uređenje izloga

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

500,00 €, 2. mjesto 300,00 € i 3. mjesto 200,00 €). Ocjenjivanje izloga prvi je put provedeno putem društvenih mreža, a nagrađeni su oni izlozi s najvećim brojem „lajkova“.



4.3 POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE

4.3.1 UREĐENJE MJESTA

Turistička zajednica grada Opatije je s ciljem uljepšavanja Opatije iznajmljivačima obiteljskog smještaja s područja TZ grada Opatije poklonila sadnice. Podjela sadnica je održana u subotu, 12. travnja od 08:00 do 13:00 sati u rasadniku Opatija u Parku Angiolina. Iznajmljivači su imali pravo preuzeti po 5 sadnica kako bi ukasili svoje okućnice i vrtove.

4.3.2 BESPLATNI INTERNET I WEB KAMERE

TZ grada Opatija je u suradnji s Gradom Opatija i u 2025. g. sufinancirala besplatni Internet za posjetitelje i građane Opatije. Sufinanciran je i internetski pristup web kamerama kako bi se u cilju promocije, ali i sigurnosti omogućilo 24-satno praćenje panorama Opatije.

4.4 EDUKACIJE

Održan je tečaj francuskog jezika za početnike u trajanju 20 školskih sati koji je namijenjen pružateljima usluga smještaja u domaćinstvu s područja TZGO. Tečaj je realiziran u suradnji s Udrugom obiteljskog smještaja grada Opatija i nastavak je dugogodišnje suradnje opatijske turističke zajednice i Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije. Tečaj, čija je svrha edukacija pružatelja usluga smještaja u domaćinstvu, financira TZGO te je besplatan za sve iznajmljivače s područja Grada Opatije.

Za sve privatne iznajmljivače TZ grada Opatija zakupila je pretplatu na stručni mjesečnik Apartmani Plus. Iznajmljivači imaju pristup elektronskom izdanju časopisa, uz unos vlastitih korisničkih podataka koje mogu zatražiti u Turističkom informativnom centru. TZ grada Opatija financira i Internet domenu te održavanje web stranice Udruge obiteljskog smještaja grada Opatija.

5 ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Opatija je dugogodišnja članica europskog udruženja turističkih gradova City Destination Alliance (CityDNA). Članstvom Opatija dobiva dodatnu promociju, ima pristup bazi znanja

i mogućnost savjetovanja razmjene iskustva s drugim sličnim destinacijama. TZ grada Opatija je pridružen član Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT). TZ grada Opatija je od rujna 2016. g. članica Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, kao i dugogodišnja članica Federacije karnevalskih gradova FECC.

6 ADMINISTRATIVNI RASHODI

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

Djelatnice na radnom mjestu marketing menadžer sudjelovale na jednodnevnoj radionici „Brendiranje destinacije kroz content marketing“. Radionicu je održala Barbara Slade Jagodić, stručnjakinja u području digitalnog marketinga, pokrivši teme poput online prodaje u turizmu, push i pull marketinga, oglašavanja na društvenim mrežama i Google-u, pripreme content projekata i sl.

U 2025. godini djelatnici Emi Superina zaposlenoj na radnom mjestu marketing menadžer sufinancirana je godišnja školarina doktorskog studija „Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu“ na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, a sukladno planiranim aktivnostima i razvojnim ciljevima. Navedenim sufinanciranjem potiče se stručno usavršavanje i jačanje kompetencija, što dugoročno doprinosi kvaliteti rada.

OSTALE AKTIVNOSTI

KOORDINACIJA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPATIJSKE RIVIJERE

TZ grada Opatija kontinuirano provodi koordinaciju s turističkim zajednicama Opatijske rivijere na temu zajedničkih aktivnosti, promocije, razvoja turističkih proizvoda i nastupa na turističkim sajmovima, usklađenom kalendaru događanja kao i drugim projektima. Putem prijave na Javni poziv Hrvatske turističke zajednice za dodjelu sredstava za udružene turističke zajednice Opatijskoj rivijeri dodijeljena su sredstva za izradu promotivnog filma koji je realiziran u 2025. godini.

SURADNJA S OSTALIM SUBJEKTIMA U DESTINACIJI

TZ grada Opatija je s Gradom Opatija surađivala na različitim projektima te poticala suradnju s institucijama na području grada: Festivalom Opatija, Hrvatskim muzejom turizma, komunalnim službama, Policijskom postajom Opatija te svim dionicima u destinaciji - hotelijerima, ugostiteljima, privatnim iznajmljivačima, turističkim agencijama,

SURADNJA S POLICIJSKOM POSTAJOM OPATIJA

TZ grada Opatija uspješno surađuje s Policijskom postajom Opatija u podizanju sigurnosti destinacije, kao i osiguranju posjetitelja i sudionika manifestacija u organizaciji TZ grada Opatija.

NAGRADE I PRIZNANJA

„SIMPLY THE BEST“

TZ grada Opatija dobitnik je nagrade „Simply the Best“ u kategoriji Jadranska destinacija. Riječ je o tradicionalnom priznanju koje već 15 godina dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA) i poslovno-turistička burza PUT s ciljem prepoznavanja kreativnosti, inovativnosti i izvrsnosti u hrvatskom turizmu. Svečana dodjela priznanja održana je 9. travnja 2025. godine u Toplicama Sveti Martin u sklopu 25. izdanja Burze PUT, koja je okupila više od 200 stručnjaka iz područja agencijskog poslovanja, hotelijerstva, restoraterstva i turističkih zajednica iz cijele Hrvatske.

Nagrada „Simply the Best“ predstavlja snažan poticaj Opatiji da i dalje bude predvodnik kvalitete, inovacija i nezaboravnih doživljaja.



FESTIVAL TURISTIČKOG I ETNO FILMA – TEF

TZ grada Opatija dobitnik je Grand prix nagrade na 3. izdanju Festivala turističkog i etno filma – TEF, održanom u Krku 25. rujna. Među 127 prijavljenih filmova u užu konkurenciju ušlo je njih 72, a najboljim hrvatskim turističkim filmom proglašen je „Everybody Needs a Break“, koji na atraktivan i emotivan način prikazuje ljepote Opatije i njezine okolice. Režiser i producent filma, Sanjin Stanić iz Filmerije, ujedno je osvojio nagradu za najbolju režiju i montažu, dok je film osvojio i drugu nagradu publike, pa je „Everybody Needs a Break“ ukupno okrunjen s četiri nagrade.

Svečana dodjela nagrada održana je u Kino dvorani Krk u sklopu obilježavanja Svjetskog dana turizma, a nagradu je u ime TZ grada Opatija preuzela direktorica Suzi Petričić.



Predsjednik TZ grada Opatija

Fernando Kirigin, mag. oec.

