



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Marketing plan 2022

NP BRIJUNI

UVOD 2022

- COVID kriza – opća nesigurnost i gospodarska kriza , nestabilnost u poslovanju, u planiranju aktivnosti ovisimo o vanjskim faktorima
- Prilagodba poslovanja novonastaloj situaciji sukladno preporukama Stožera i relevantnih institucija .
- U segmentu Izleta i Smještaja započeli s radom s Uskršnjim blagdanima

Turistički pokazatelji Hrvatska /Istra

DOLASCI PRIJAVLJENIH TURISTA ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ - STUDENI 2021/2019.

	Dolasci	Ukupno 2021	Ukupno 2019	Indeks
1	Istra	3.466.212	4.517.147	76,73%
2	Hrvatska ukupno	13.535.393	19.922.996	67,94%

NOĆENJA PRIJAVLJENIH TURISTA ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ - STUDENI 2021./2019.

	Noćenja	Ukupno 2021	Ukupno 2019	Indeks
1	Istra	23.422.983	28.418.540	82,42%
2	Hrvatska ukupno	83.475.636	106.762.660	78,19%

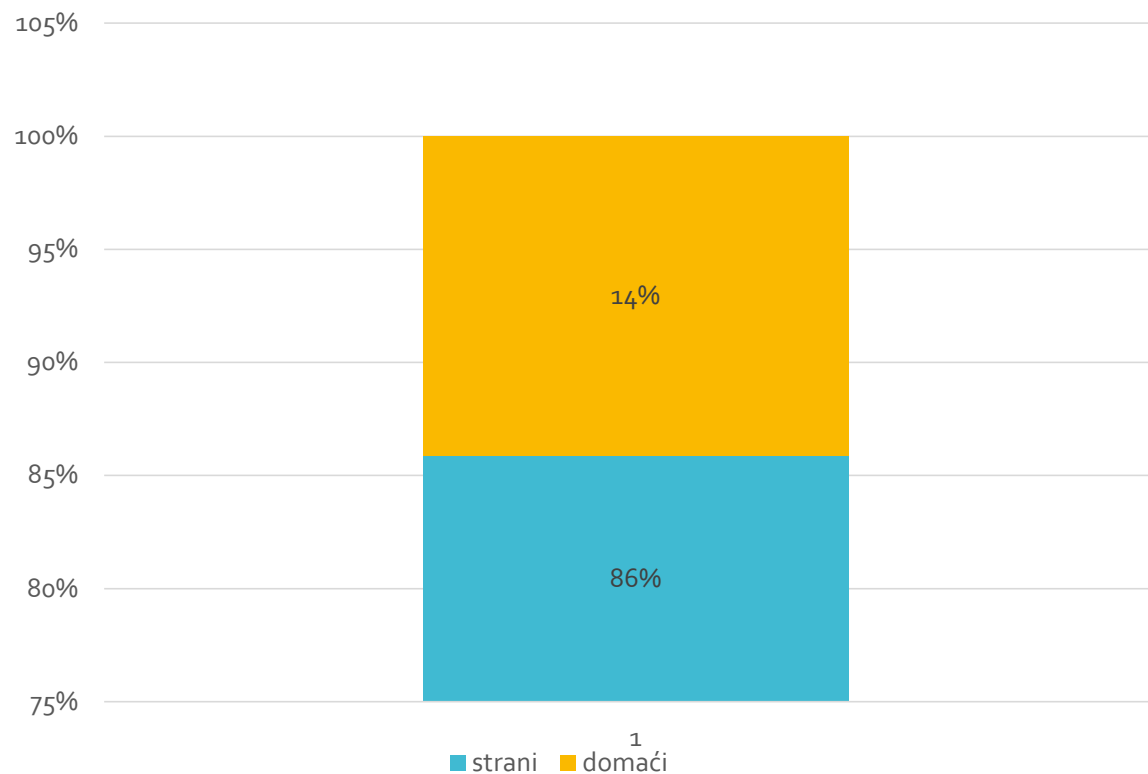
- ✓ Noćenja Hrvatska ukupno na razini 77% od 2019. , Istra na razini od 82% od 2019. god.



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji Hrvatska /Istra

Struktura gostiju I-X



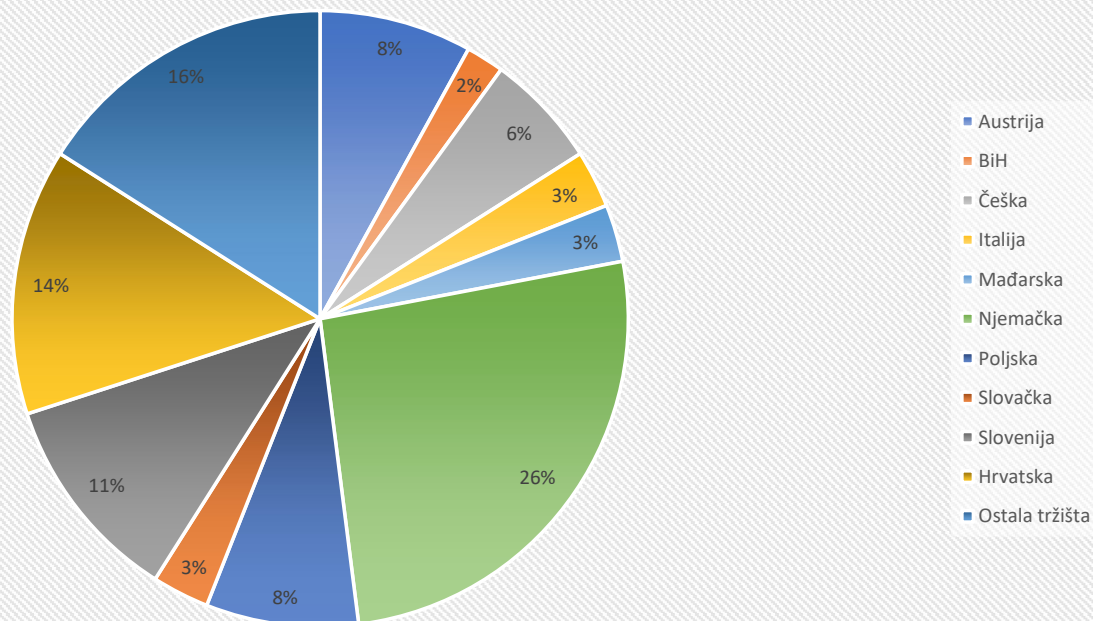
✓ 14 % gostiju s domaćeg tržišta, 86 % gostiju s stranog tržišta



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji Hrvatska /Istra

udjel tržišta u ukupnom broju turističkih noćenja ostvarenih u
razdoblju siječanj-studenj 2021.



Udio pojedinog tržišta u ukupnom broju noćenja I-X

- ✓ Hrvatska 14 %
- ✓ Njemačka 26%,
- ✓ Slovenija 11 %, Poljska 8 %, Austrije 8%, Češka 6%



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji NP Brijuni 2021 Ukupno

NOĆENJA	2019	2021 plan	2021	index 2021/plan 2021	index 2021/2019
broj noćenja	39.018	44.190	45.107	102	116
prihod u kn	16.395.470*	16.950.000	17.535.842	103	107

IZLETI	2019	2021 plan	2021	index 2021/plan 2021	index 2021/2019
broj izleta	184.285	157.450	164.882	89	89
prihod u kn	19.886.339	17.800.000	19.170.672	108	96

NAUTIČARI	2019	2021 plan	2021	index 2021/plan 2021	index 2021/2019
broj plovila	2082	2.035	2.410	118	116
prihod u kn	2.915.779*	3.500.000	3.149.929	90	108

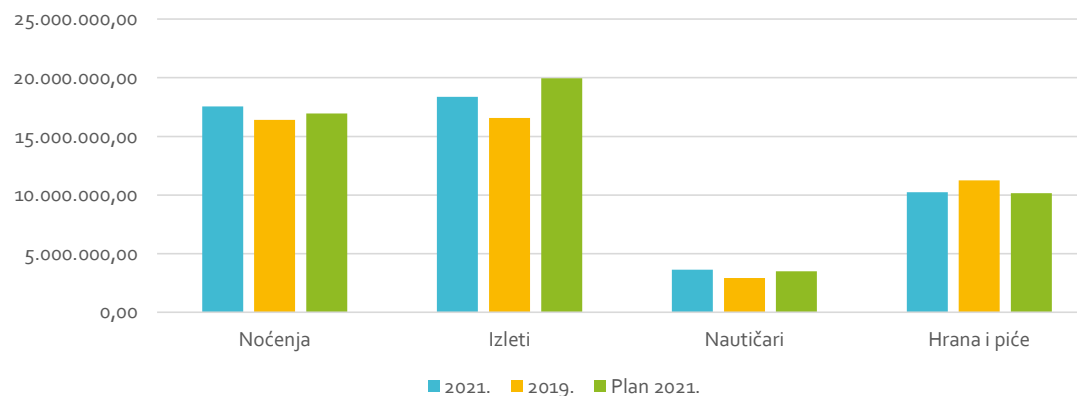
PRIHOD ODJELA HRANA I PIĆE	2019	2021 plan	2021	index 2021/plan 2021	index 2021/2019
broj noćenja	39.018	44.190	45.107	102	116
prihod u kn	11.251.702	10.145.000	10.246.152	101	91



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji NP Brijuni 2021 Ukupno

Prihodi po segmentima



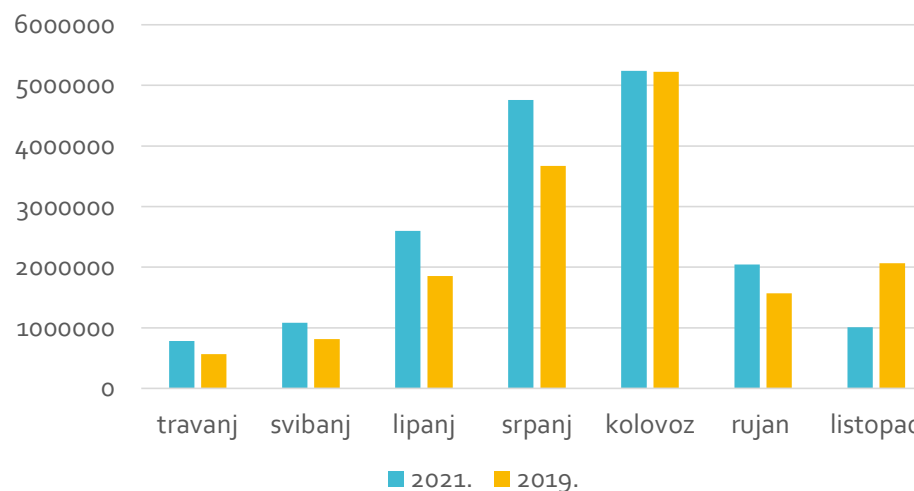
- ✓ ostvarenje prihoda Smještaja je 3% više od planiranog i 7 % veće u odnosu na 2019.
- ✓ ostvarenje prihoda Izleti je 8% veće od planiranog i 4 % manje u odnosu na 2019.
- ✓ ostvarenje prihoda Nautika 10% manji u odnosu na plan i 8% veći u odnosu na 2019
- ✓ ostvarenje prihoda Hrane i Pića je u odnosu na plan veće za 1 %, te 9 % manje u odnosu na 2019. objekt Skoljka je izuzet iz Prihoda zbog koncesije, no naplaćuje se naknada za objekt u koncesiji.



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji NP Brijuni 2021 Smještaj po mjesecima

Prihodi Smještaja po mjesecima



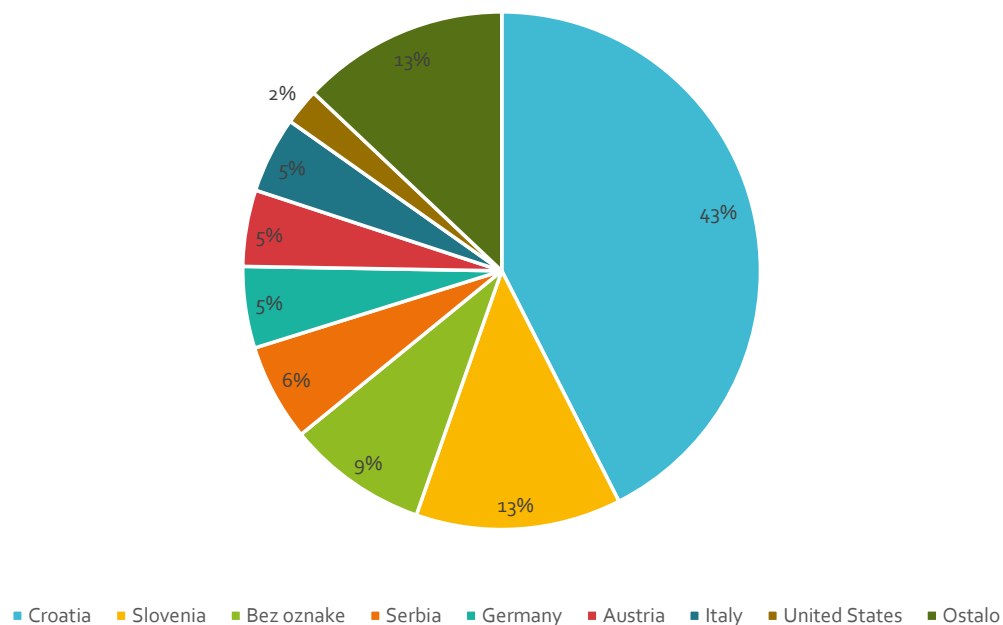
- ✓ Pozitivan trend kroz cijelu godinu
- ✓ Listopad 2019.*



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji NP Brijuni 2021 Smještaj - struktura gostiju

Rezervacije po zemljama porijekla



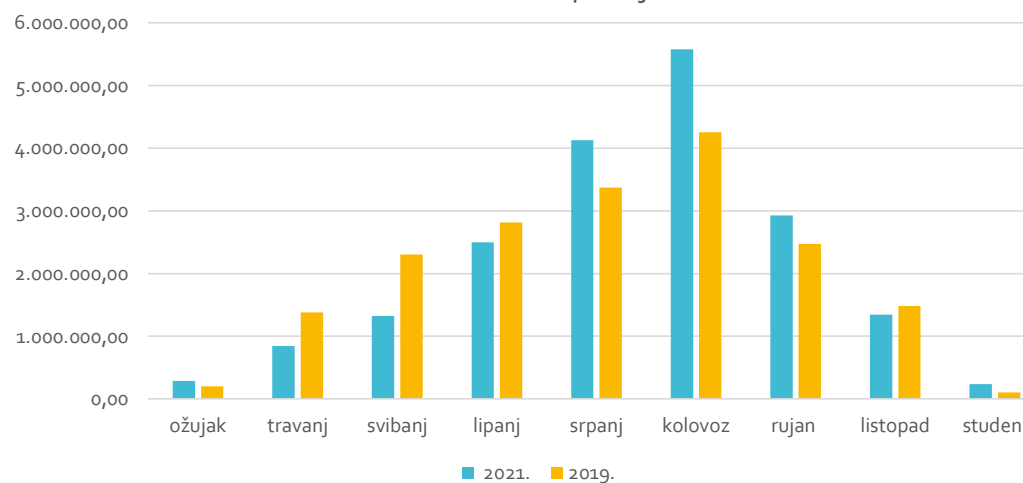
✓ Tradicionalno gosti iz Hrvatske, Slovenije i Srbije



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji NP Brijuni 2021 Izleti po mjesecima

Prihodi Izleta po mjesecima



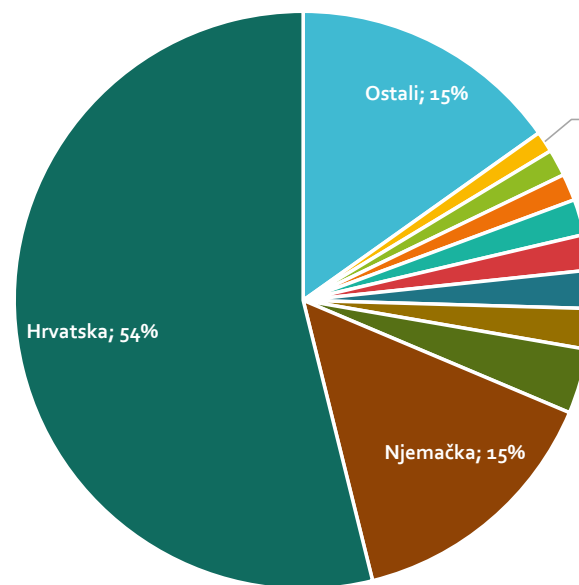
- ✓ prihodi izleta ovise o broju gostiju u neposrednom okruženju
- ✓ travanj, svibanj, lipanj – nešto manji od ostvarenja u 2019.
- ✓ srpanj i kolovoz su puno bolji, od 10.07.-20.08. - google ads kampanja usmjerena isključivo na izlete
- ✓ pozitivan trend nastavljen tijekom rujna, listopada *, studenog



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji NP Brijuni 2021 Struktura posjetitelja Izlet

Izletnici po zemljama 2021.



■ Ostali ■ Mađarska ■ Češka ■ Nizozemska ■ Poljska ■ Srbija ■ Austrija ■ Italija ■ Slovenija ■ Njemačka ■ Hrvatska

✓ u 2021 veliki udio gostiju iz Hrvatske, čak 54%, 15 % Njemačka



Turistički pokazatelji NP Brijuni 2021 po objektima

objekt	Neptun- Istra	Karmen	vila Primorka	vila Lovorka	vila Dubravka
noćenja	28.811 22.630	8.451 8.298	322 113	472 429	188* 164
% zauzeća SJ	46,3 36,8	27,9 26,9	21,7 7,2	38,8 35,5	23,4 17,1
prihod od smještaja u kn	12.469.824 9.668.299	2.834.188 2.513.690	743.203 191.399	811.030 *2.896.340	*110.842 *781.779
dužina boravka	2,7 2,7	3,3 3,3	5 3,4	5,1 5,6	4,7 4,1
pros. br gostiju u SJ	2,3 2,2	1,9 1,9	4,9 4,5	4 4	2,7 3,2

- ✓ Pokazatelji uspješnosti po objektima
- ✓ generalno pokazatelji u rastu u odnosu na 2019. ili na razini 2019.
- ✓ * tijekom 2021. veći dio sezone objekt vila Dubravka zatvoren uslijed rekonstrukcije

Turistički pokazatelji uspješnosti 2021.

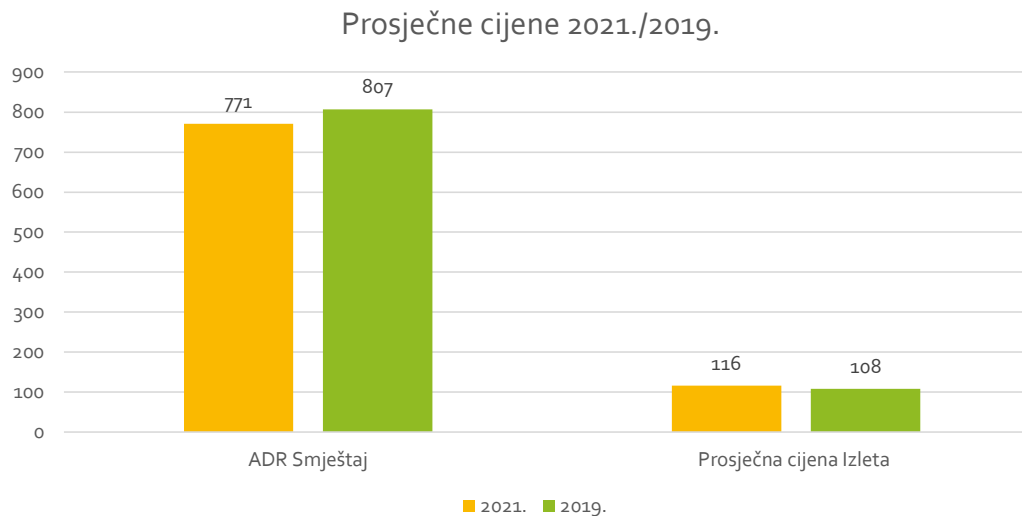
objekt		Neptun- Istra	Karmen	vila Primorka	vila Lovorka	vila Dubravka
REVPAR	2021	458	183	2.445	2.668	365*
	2019	339	154	630	9.527*	2.572
TREVPAR	2021	761	228	2.565	2.885	449*
	2019	595	187	679	9.666*	2.689
ADR	2021	986	652	11.261	6.873	1.561*
	2019	920	572	7.975	26.818*	15.034*

- ✓ generalno pokazatelji u rastu u odnosu na 2019. ili na razini 2019.
- ✓ * tijekom 2021. veći dio sezone objekt vila Dubravka zatvoren uslijed rekonstrukcije



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Turistički pokazatelji NP Brijuni 2021 cijene 2021



- ✓ Zadržan nivo cijene
- ✓ Smještaj , smanjenje prosječne cijene smještajne jedinice za 4%, *vile
- ✓ Izleti – povećanje prosječne cijene izleta za 7 %.



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Marketing – osvrt na 2021.

- aktivnosti prilagođene postojećoj situaciji uslijed pandemije COVID-a
- uveden Upitnik o zadovoljstvu smještajem u NP
- promotivna TV kampanja i Promotivna radio kampanja
- izrađen promo film u trajanju 3 min, film o NRB u trajanju 3 min.
- komunikacija usmjerena na promotivne ponude u segmentu Smještaj i Izleti za Hrvatsko tržište i zemlje u okruženju
- sustavno upravljanje recenzijama na svim kanalima prodaje – analiza rezultata i akcijski plan
- dodatni sadržaji BSV, zatim posebne ponude tijekom studenog za posjetu otoku



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

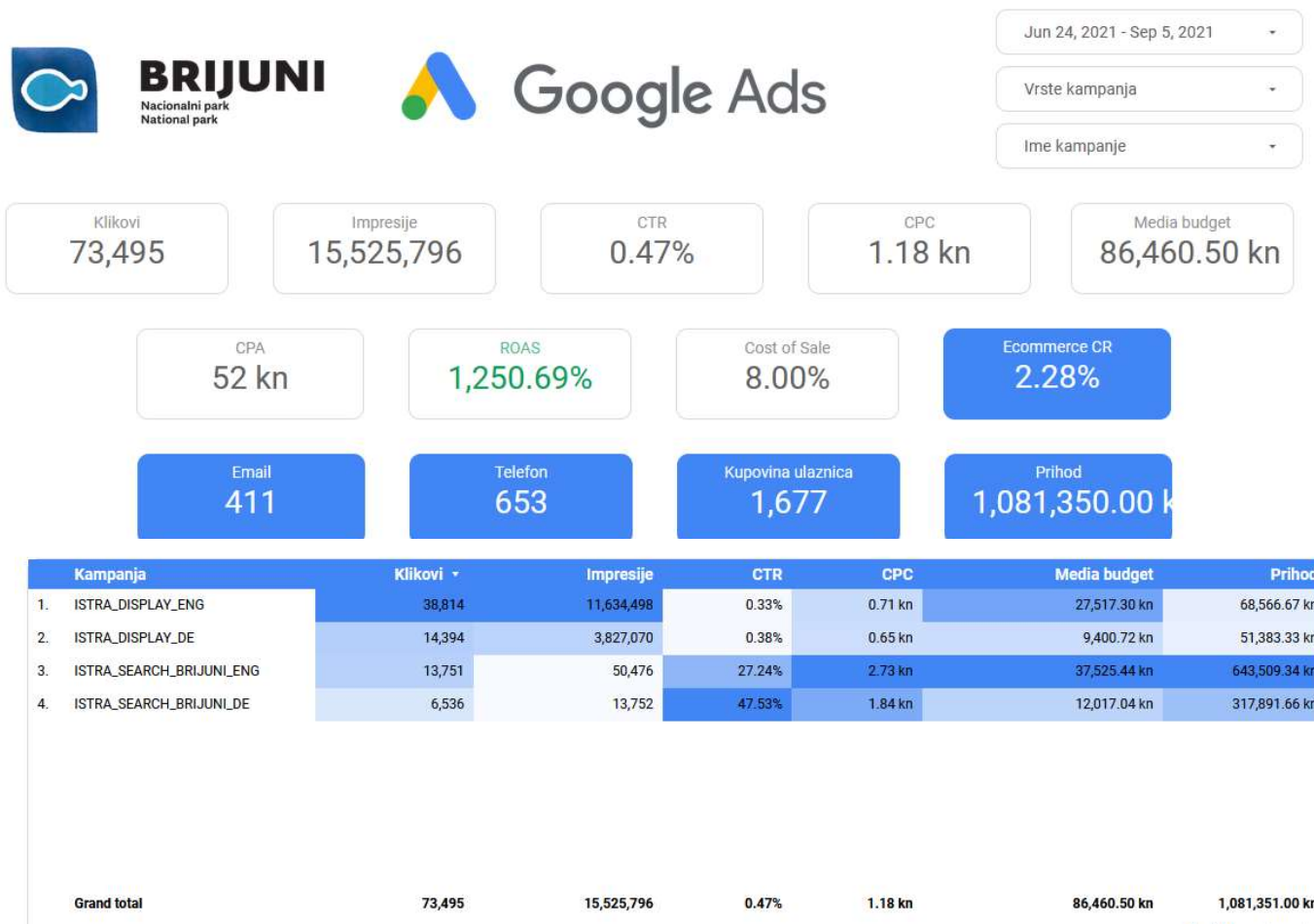
Marketing 2021 - osvrt na 2021.

- U okviru projekta NRB izrađeni dokumenti koji će utjecati na razvoj NP Brijuni kao poželjne destinacije u segmentu prirode, smještaja i posjećivanja :
 - ✓ Studija upravljanja posjetiteljima iz NRB
 - ✓ Interpretacija baštine – priručnik
 - ✓ Integrirana komunikacija i dizajn -
 - Branding strategija NP Brijuni
 - Priručnik kriznog komuniciranja

Marketing 2021

Fokus na on line u segmentu Smještaj i Izleti

Kampanja Izleti Ljeto 2021.

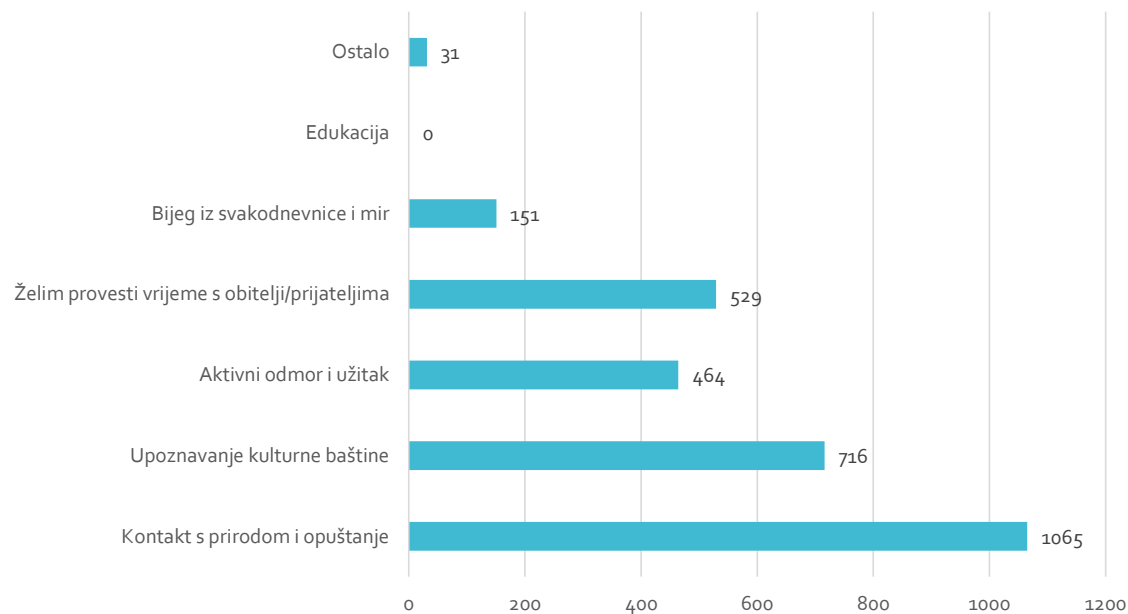




BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu posjetom parkom NP Brijuni 2021.

Razlog posjete NP Brijuni

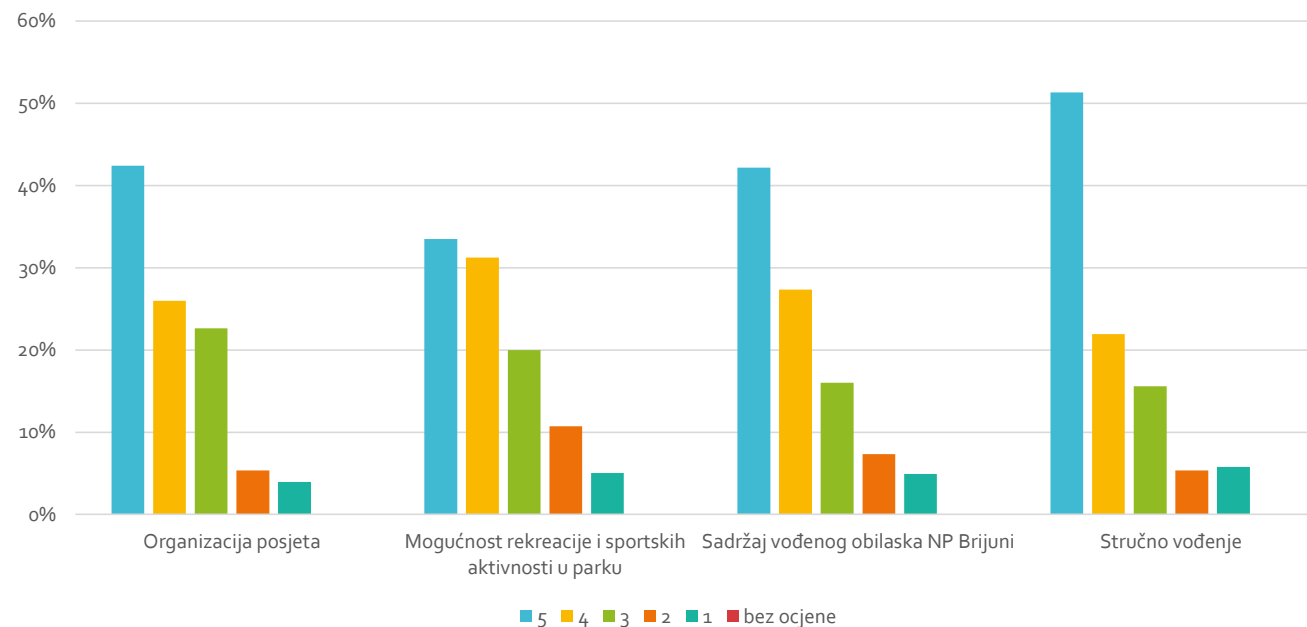




BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu posjetom parkom NP Brijuni 2021.

Iskustvo posjete NP Brijuni



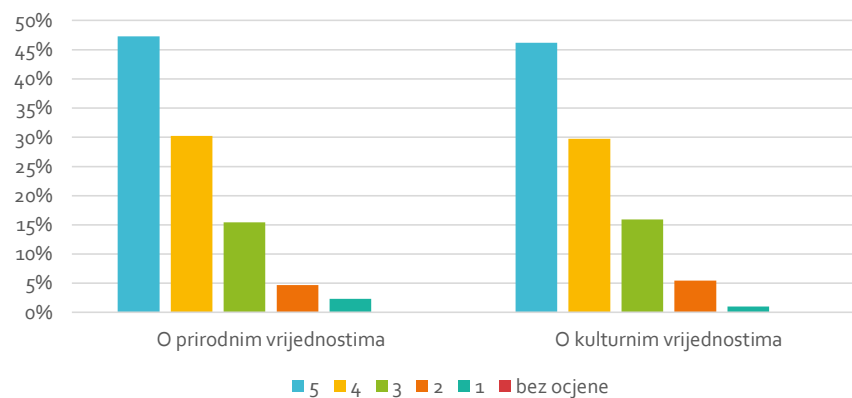
- ✓ Organizacija posjeta – 42 % odlična i 26 % vrlo dobra
- ✓ Mogućnost rekreacije u parku – 34 % odlična, 31 % vrlo dobra
- ✓ Sadržaj vođenog obilaska otprilike 42 % odličan, 27 % vrlo dobro
- ✓ Stručno vođenje – 51 % odlično



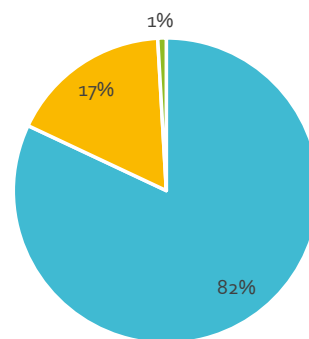
BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu posjetom parkom NP Brijuni 2021.

Ocijenite dobivene informacije o vrijednostima
parka



Jeste li posjetom zadovoljili očekivanja i dobili
očekivanu vrijednost za novac?



■ DA ■ NE ■ Prazno

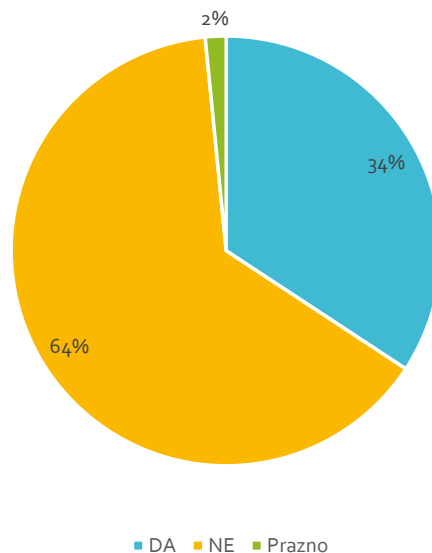
- ✓ Dobivene informacije o prirodnim i kulturnim vrijednostima s 47 % ocjenjene kao odlične
- ✓ 82 % gostiju koji su ispunili anketni upitnik zadovoljno je s posjetom i dobivenom vrijednošću za novac



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

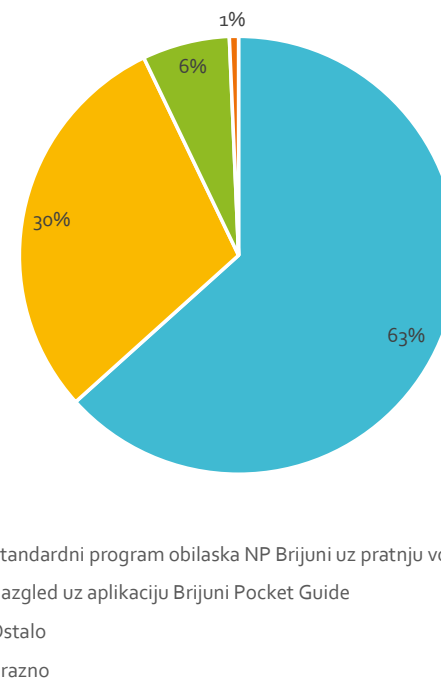
Rezultati upitnika o zadovoljstvu posjetom parkom NP Brijuni 2021.

Smatrate li da na pojedinim točkama postoji opterećenost kapaciteta?



- ✓ 34% gostiju smatra da postoji opterećenost kapaciteta
- ✓ 30 % anketiranih je odabralo Pocket guide

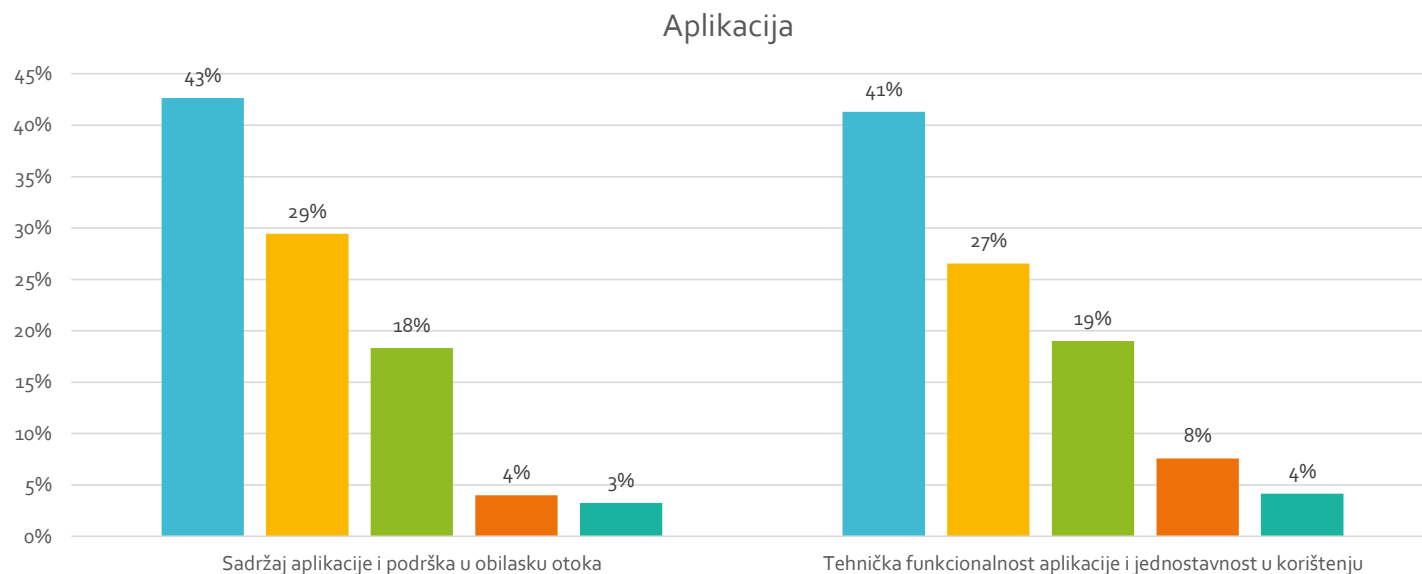
Koji razgled ste odabrali





BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu posjetom parkom NP Brijuni 2021.



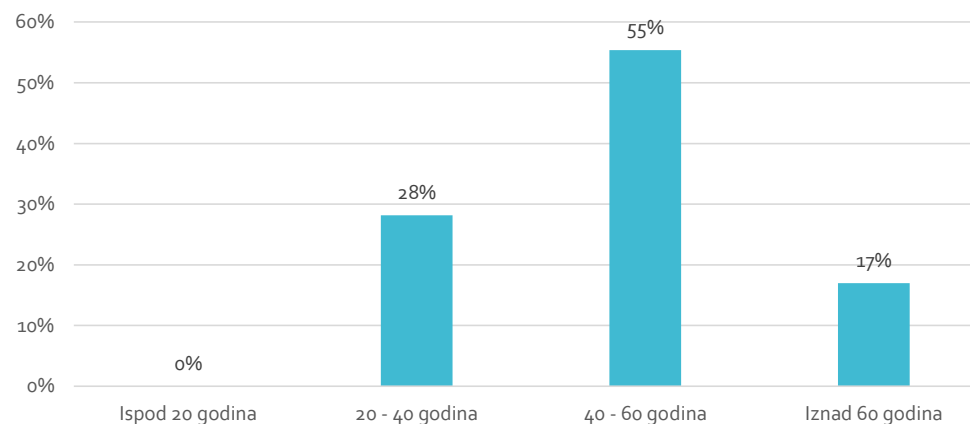
- ✓ Sadržaj aplikacije je ocijenjen s 43% kao odličan, a 29 % vrlo dobar, dok je tehnička funkcionalnost ocijenjena s 41% kao odlična i 27% kao vrlo dobra



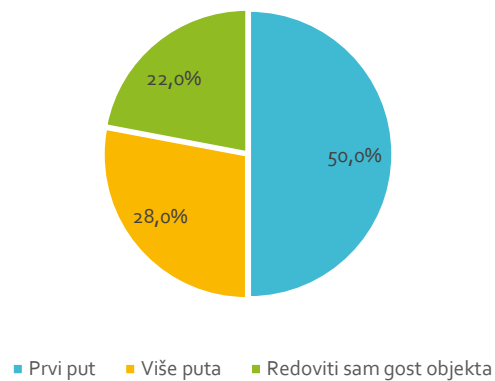
BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu smještajem u NP Brijuni 2021.

Starosna dob



Učestalost boravka u smještajnim objektima



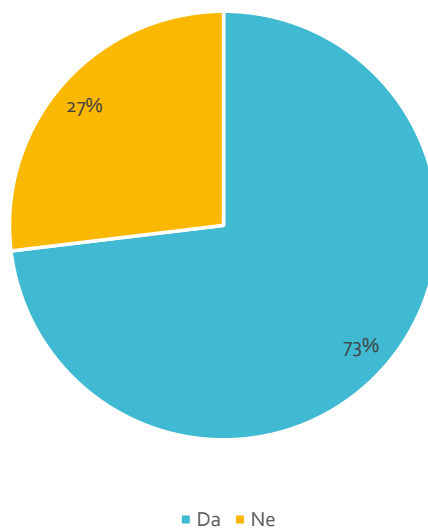
✓ 50 % gostiju je prvi put na Brijunima, 55 % gostiju je u dobnoj skupini 40-60 god.



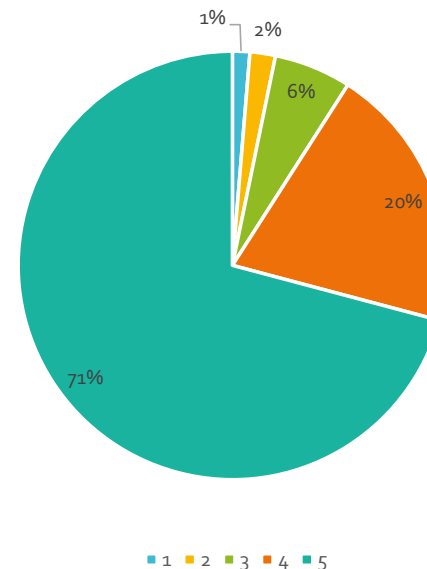
BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu smještajem u NP Brijuni 2021.

Jeste li rezervirali smještaj kod nas



Ljubaznost djelatnika prodaje



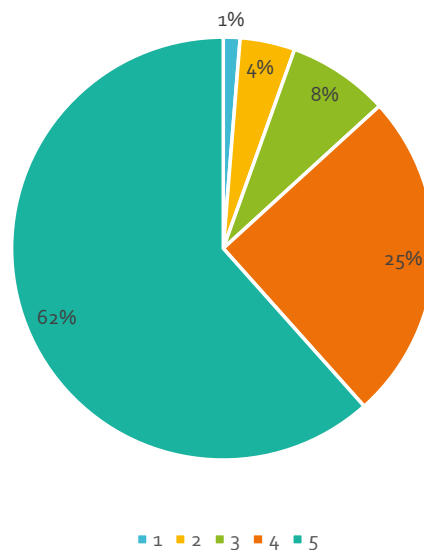
- ✓ 73 % je rezerviralo smještaj direktno kod nas
- ✓ 71 % je ocijenilo ljubaznost djelatnika prodaje s ocjenom odlično, te 20 % s ocjenom vrlo dobro



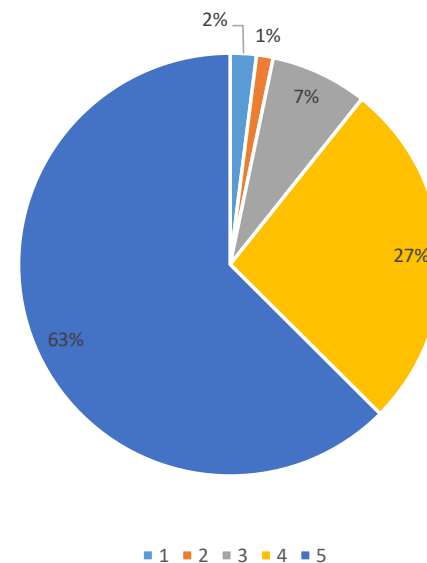
BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu smještajem u NP Brijuni

Ljubaznost prilikom prijave u Fažani



Ljubaznost na brodu



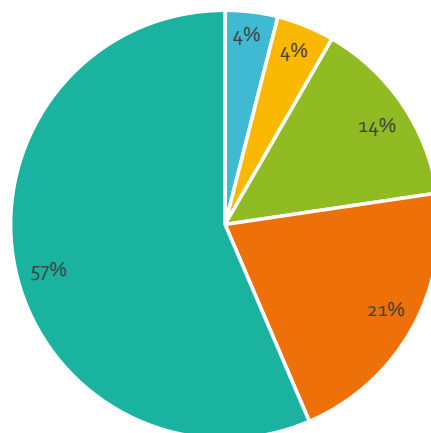
- ✓ 62 % / 63 % je ocijenilo ljubaznost djelatnika s ocjenom odlično, te 25 %/27 % s ocjenom vrlo dobro



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu smještajem u NP Brijuni 2021.

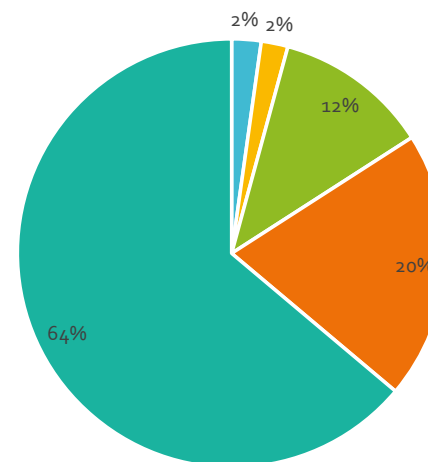
Srdačna dobrodošlica prilikom prijave



1 2 3 4 5

✓ dobrodošlica - 57% odlično, 21% vrlo dobro

Brzina i učinkovitost prijave u hotelu



1 2 3 4 5

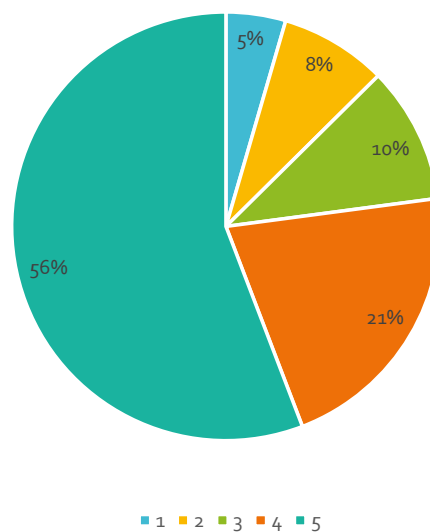
✓ brzina i učinkovitost prijave – 64 % odlično, 20 % vrlo dobro



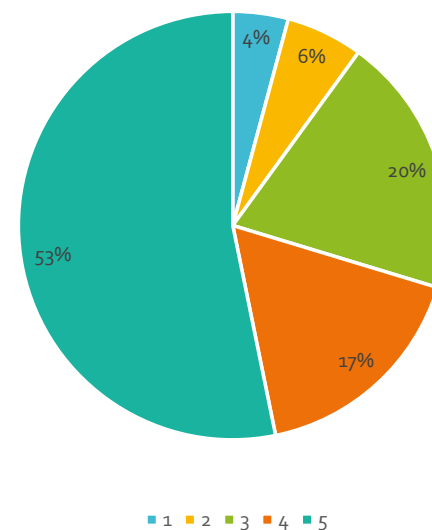
BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu smještajem u NP Brijuni

Ljubaznost osoblja restoran Neptun



Znanje i kompetencija konobara



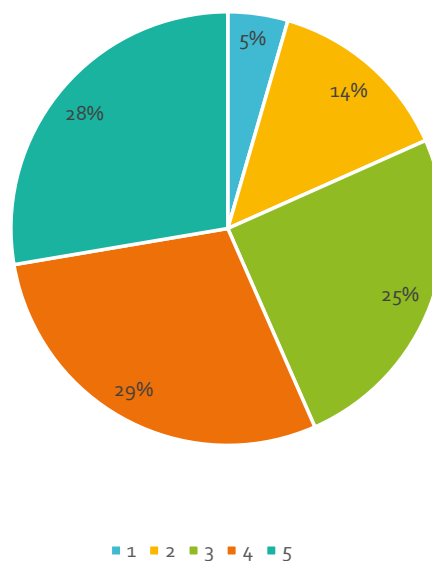
✓ ljubaznost i kompetencije ugostiteljstvo



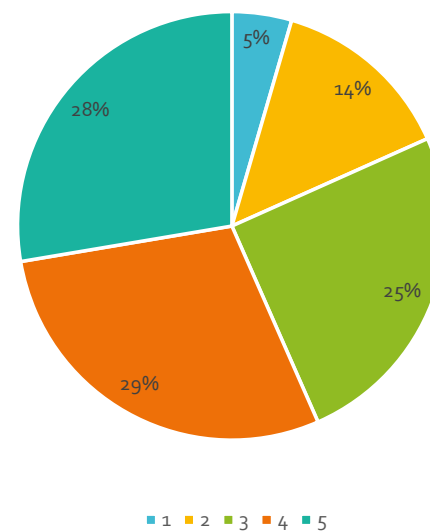
BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Rezultati upitnika o zadovoljstvu smještajem u NP Brijuni 2021.

Izbor i kvaliteta hrane i pića



Izbor doručka



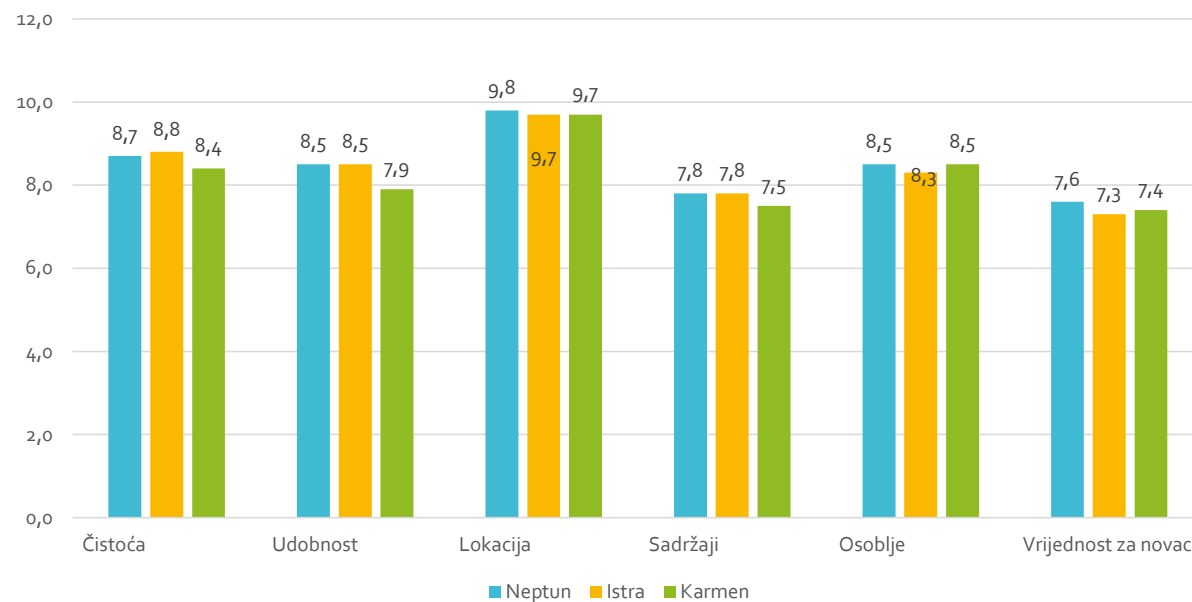
- ✓ izbor i kvaliteta hrane i pića i izbor doručka lošije ocjenjeni



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Ocjene smještajnih objekata na Booking.com-u

Ocjene objekata na Booking.com



- ✓ Najbolje ocjene za lokaciju 9,8
- ✓ Solidne ocjene za čistoću, osoblje
- ✓ Sadržaji i udobnost su lošije ocjenjeni kao i dobivena vrijednost za novac
- ✓ Prosječna ocjena Neptun 8,2 Istra 8,2 te Karmen 8



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Marketing 2022

- ✓ S obzirom na situaciju za očekivati je da će i u 2022. fokus u oglašavanju biti na individualne automobilske goste iz zemlje i okruženja (Slovenija, Austrija, Srbija, Južna Njemačka, Slovačka, Češka, Poljska).
- ✓ U segmentu smještaja 2 tipa odmorišnih gostiju: gosti na dužem boravku, te individualni gosti koji se vraćaju više puta godišnje.
- ✓ U segmentu izleta cilj je poticati ponovni dolazak gostiju koji su već posjetili Brijune kroz posjetu događanjima, kulturnim sadržajima na otoku, kupanju na otoku i sl.
- ✓ Oglašavanje – fokus u oglašavanju na Hrvatsko tržište i zemlje iz okruženja – Slovenija, Austrija, Južna Njemačka, Italija; segment Izleta -gosti u regiji tijekom ljetnih mjeseci
- ✓ Mali Brijun – oglašavanje edukacijskih sadržaja za škole, vrtiće..



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Marketing 2022 Fokus

- ✓ Mali Brijun - Aplikacija + Promocija edukacijskog centra
 - ✓ 100 god. golfa na Brijunima
 - ✓ Brijunske vile – novi koncept prodaje i promocije
 - ✓ Sport na Brijunima – Sport + posebna vođenja biciklom/pješke
 - ✓ Eventi na Brijunima*
-
- ✓ NP Brijuni Marketing plan 2021 -1.190.000,00 kn- fokus na oglašavanje i podršku prodaji

* Ovisno o razvoju situacije s COVID 19 pandemijom



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Marketing 2022

Operativne aktivnosti

- ✓ Prilagodba postojećeg web-a kroz razdvajanje komercijalnog dijela od klasičnih informacija o prirodnim i kulturnim vrijednostima NP s ciljem olakšanja korisničkog iskustva
- ✓ Aplikacija Mali Brijun
- ✓ Društvene mreže – edukacija o prirodnim i kulturnim vrijednostima NP , te promocija kao podrška prodaji
- ✓ PR – strategija nastupa NP Brijuni kao posjetiteljske i odmorišne destinacije na novim ključnim tržištima
- ✓ Prodajne i promotivne akcije i paketi
- ✓ Implementacija održivih praksi u tekuće poslovanje Hotelijerstva i Izleta
- ✓ Volonterski centar NP Brijuni

Marketing 2022 Operativne aktivnosti

Plan za 2022. Mali Brijun

Vođena posjeta otoku te aplikaciju Mali Brijun pocket guide kao informativna podrška posjećivanju



Edukacijski centar na Malom Brijunu



Plan za 2022. Mali Brijun

Boravak na Malom Brijunu



Privez na Malom Brijunu -
dodatni sadržaj za nautičare
koji dolaze u Brijunsku luku

- nova lokacija na nautičkoj
karti Istre



Marketing 2022 Plan događanja i evenata

- ✓ **travanj - Dani dinosaura** - Program namijenjen prvenstveno obiteljima s djecom, ali i svim ostalima koje zanima geologija i paleontologija. Predavanja, edukativne priče za djecu, kreativne radionice, igre i obilazak paleontoloških lokaliteta organizirat će Stručna služba u suradnji s profesorima i studentima Geološkog odsjeka Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu.
- ✓ **18.5. - Međunarodni dan muzeja** - obilježava se 18.05 na preporuku Međunarodnog savjeta za muzeje. Tom prilikom muzeji diljem svijeta skreću pozornost široj javnosti na kulturnu baštinu i ulogu muzeja u njenom očuvanju. Tema Međunarodnog dana muzeja 2021. je Muzeji: nadahnuti budućnost
- ✓ **22.5. - Svjetski dan bioraznolikosti** - obilježava se diljem svijeta s ciljem skretanja pozornosti na zabrinjavajuću ugroženost biološke raznolikosti, ubrzano siromašenje vrsta i ekoloških sustava, čime je ugrožena i čovjekova budućnost. (ne znam točno kako ćemo ga obilježiti. Ako bude moguće voljeli bi ugostiti neku školu ili vrtić i za njih pripremiti edukativan program i/ili organizirati interpretacijsku šetnju za manju grupu posjetitelja, na temu raznolikosti staništa u NP Brijuni)
- ✓ **24.5. - Europski dan parkova** - obilježava se s ciljem podizanja svijesti o zaštićenim područjima i parkovima
- ✓ **100 god. Golfa na Brijunima** – event
- ✓ **02.08. – Obilježavanje Kupelwieserovog dolaska** na otok "Kupelwieser i zlatno doba Brijuna",
- ✓ **12.8. - Svjetski dan slonova** – budući da je slonica Lanka netko po čemu mnogi posjetitelji pamte Brijune, cilj nam je dodatno ih educirati o njenoj svakodnevnoj rutini, prehrani, odnosu s timariteljima i drugim životinjama, problemima i općenitom stanju. Organizacijom posebnog programa za posjetitelje, kao i putem društvenih mreža, želimo poslati poruku o ugroženosti divljih slonova, programima kojim mnogi zoološki vrtovi pomažu oporavku vrsta u divljini te općenito potrebama da se život u zatočeništvu prilagodi samoj životinji i njenim potrebama.
- ✓ **rujan- Noć šišmiša** manifestacija koja se već dugi niz godina obilježava na Brijunima. Namijenjena je prvenstveno obiteljima s djecom, ali i svim zaljubljenicima u prirodu i njenu zaštitu. Šišmiši su jedna od najugroženijih skupina životinja, primarno zbog ljudskih aktivnosti. Istovremeno su vrlo korisne životinje, nažalost često pogrešno percipirane u javnosti. Ovom manifestacijom želimo educirati javnost i podići svijest o potrebi njihove zaštite te važnosti koju zaštićena područja poput Brijuna imaju u tome. U poslijepodnevnom i večernjim satima odvijat će se zabavno-edukativan program u središnjem dijelu Velikog Brijuna. **Brijunski sportski vikend u okviru Europskog tjedna sporta – krajem rujna, početkom listopada**
- ✓ **Listopad – Dani otvorenih vrata**

Marketing 2022 Plan događanja i evenata BSV

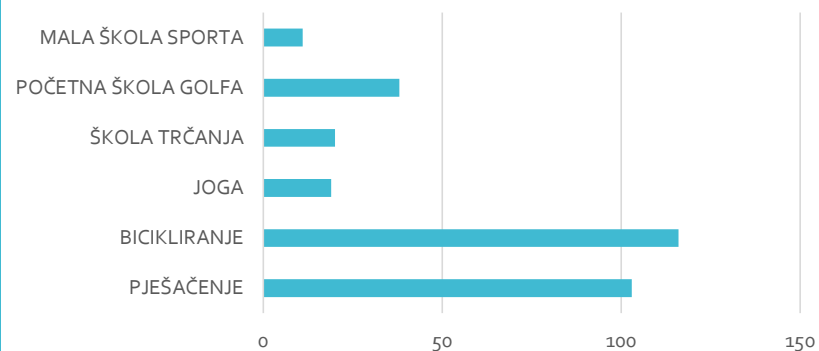




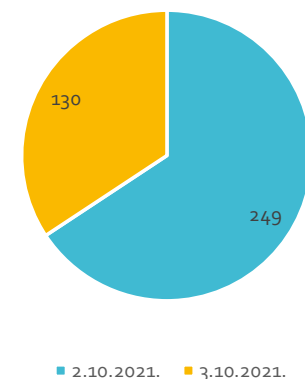
BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Marketing 2022. Pregled BSV 2021.

BRIJUNSKI SPORTSKI VIKEND 2021
- odaziv po sportovima



Prodane ulaznice po danima



- ✓ U pješačenju je sudjelovalo ukupno 103 osobe, u bicikliranju 106 osoba, školi trčanja 14 osoba, jogi 12 osoba, školi golfa 23 osobe, dok je u maloj školi sporta bilo 6 polaznika.
- ✓ Na Brijunskom sportskom vikendu, ukupno je sudjelovalo 378 osoba, od toga 310 odraslih i 68 djece.



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Marketing 2022



- ✓ Implementacija i promocija održivih praksi u tekuće poslovanje



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Marketing budget

B	C	D	E	F
NP Brijuni Marketing plan 2022				
		Predn	Vrsta	aktivnosti
	1,190,000.00			Opis aktivnosti
Troškovi propagadnih materijala	70,000.00			
Reprint postojećih materijala	20,000.00	I	P	
Tiskanje novih promotivnih materijala	30,000.00	S	P	
Kalendari	20,000.00	B	P	
Oglašavanje	680,000.00			
Kampanja PROLJEĆE	95,000.00	S	K	PROLJEĆE RANI BOOKING LIETO, USKRS , 1.MAJ,
Kampanja LIETO	95,000.00	S	K	LAST MINUTE PONUDE SMJEŠTAJ I IZLETI
Kampanja Zaštita prirode/Mali Brijun	70,000.00	B	K	
Kampanja JESEN	95,000.00	S	K	JESENSKI PAKETI, POSEBNE PONUDE
Kampanja 2023.	80,000.00	S	K	RANI BOOKING 2023
On line oglašavanje - Promo članci na portalima	80,000.00	B	K	OGLASI NA PORTALIMA
Pr kampanja	95,000.00	B	K	Brijuni AT tržište
Nautika	70,000.00	B	K	
Sajmovi i workshopovi	30,000.00			
Prisustvo na sajmovima i workshopovima	30,000.00	B	P	
Ostalo	410,000.00			
Održavanje web stranice i aplikacije	50,000.00	B	P	UGOVOR
Održavanje društvenih mreža	55,000.00	B	P	UGOVOR
Dogradnja aplikacije - Mali Brijun	85,000.00	B	P	
Pokloni	50,000.00	B	P	
Nove fotografije	50,000.00	B	P	
Oznake, table, plakati	50,000.00	B	P	
Ostale grafičke usluge	70,000.00	B	P	



Ciljne skupine 2022

Odmorišni gosti	Izletnici	MICE	Lokalna zajednica
Obitelji 30-39/40 -54 god. Urbano stanovništvo, putuju s ili bez djece na odmor u trajanju od par dana Parovi,30-39/40-54/55+ Urbano stanovništvo, traže bijeg od rutine, dolaze na kratke vikend boravke više puta tijekom godine	Odmorišni gosti smješteni u hotelskim kapacitetima u okruženju : Obitelji 30-39/40 -54 god. Urbano stanovništvo, putuju s ili bez djece Prijatelji 18/29, urbano stanovništvo, traže nove sadržaje, istražuju lokaciju , traže nova iskustva Solo putnici	Srednje i manje tvrtke – poslovne radionice, sastanci i team building programi za zaposlenike i poslovne partnere* Vjenčanja -Parovi Traže poseban doživljaj i lokaciju*	Lokalno stanovništvo – šira regija Škole i vrtići – edukacije, škole u prirodi Istraživači i znanstvenici Volonterski programi

* ovisno o razvoju situacije



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Plan 2022

Noćenja

	2021	plan 2022	index plan 2022/2021
broj noćenja	45.107	43.800	97
prihod od noćenja	17.535.842	16.750.000*	96
Prihod od hotelijerstva	36.673.118	35.600.000	97

Izleti

	2021	plan 2022	index plan 2022/2021
broj izleta	164.882	222.350	135
prihod u kn	19.170.672	22.835.000	120

Nautičari

	2021	plan 2022	index plan 2022/2021
broj plovila	2.420	2210	92
Prihod u kn	3.149.929	3.800.000	120



BRIJUNI
Nacionalni park
National Park

Ciljevi 2022

- ✓ Povećanje ukupnih prihoda u odnosu na 2021 ovisiti će o objektivnim okolnostima vezano uz pandemiju COVID i daljnjem razvoju situacije.
- ✓ Fokus u marketing aktivnostima i prodajnim aktivnostima ovisi o razvoju situacije.

Hvala na pažnji!