

S A D R Ž A J

Uvod

Trendovi na svjetskom turističkom tržištu
Turistički promet

1. Vizija i ciljevi

- 1.1 Strateški ciljevi marketinške politike
- 1.2 Ciljevi Marketing plana u 2013. godini

2. Administrativni marketing

- 2.1 Turistički ured
- 2.2 Rad tijela Turističke zajednice

3. Dizajn vrijednosti

- 3.1 Potpore manifestacijama
- 3.2 Potpora razvoju DMO
- 3.3 Razvoj proizvoda
 - 3.3.1. Nogomet
 - 3.3.2 Bike
 - 3.3.3 Tenis
 - 3.3.4 Wellness
 - 3.3.5 Gourmet

4. Komunikacija vrijednosti

- 4.1 Online komunikacija
- 4.2 Offline komunikacija
- 4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama
- 4.4 Oglašavanje - ostalo

5. Distribucija i prodaja vrijednosti

- 5.1 Sajmovi i prezentacije
- 5.2 Studijska putovanja

6. Interni marketing

- 6.1 Edukacija
- 6.2 Koordinacija članova TZ-a

7. Marketinška infrastruktura

- 7.1 Istraživanje tržišta

7.2 Baza fotografija i filmova

8. Posebni programi

8.1 Sufinanciranje TD Lovrečica i TD Savudrija

8.2 Strukturni fondovi

9. Ostalo

9.1 Zdravstvo - HMP

10. Transfer boravišne pristojbe Gradu

11. Prilozi

- Ostvarenje noćenja po obveznicima plaćanja boravišne pristojbe u 2013.
- Prikaz uplata članarina po obveznicima plaćanja članarina u 2013. god

Uvod

Trendovi na svjetskom turističkom tržištu

U 2013. godini TZG Umag ostvarila je 2.103.247 noćenja što je 6% manje noćenja od ostvarenih u 2012. godini (2.231.830 noćenja), dok je istovremeno zabilježen pad u broju realiziranih dolazaka od 5% (u 2013. godini je ostvareno 371.766 dolazaka, dok je u 2012. godini taj broj dolazaka bio 391.812). Takav značajan pad ukupnog broja realiziranih noćenja posljedica su pada na dva od četiri naša najveća emitivna tržišta – njemačkog (-6%) i talijanskog (-10%) usljed velike gospodarske krize koja je još uvijek prisutna u ove dvije zemlje, te pada od 33% s ruskog tržišta (u apsolutnom iznosu 41.959 noćenja) zbog izuzetno loše odrađenih priprema za izdavanje viza rusim gostima usljed ulaska Hrvatske u EU.

Nakon prošlogodišnjeg pada broja noćenja sa slovenskog tržišta (-5%), u ovoj je godini došlo do stabilizacije i realiziran je identičan broj noćenja ostvarenim u 2012. godini. Ono što nas posebno brine je negativan trend odnosno i daljnji pad realiziranih noćenja s talijanskog tržišta koji nakon prošlogodišnjih -9% ove godine iznosi čak -10%. Ove negativne trendove donekle kompenzira porast realiziranih noćenja s jednog emitivna tržišta, austrijskog (2%) koji porast bilježi uglavnom u terminima pred i po sezone u segmentima bike, nogometa, tenisa, te općenito aktivnog odmora, ali i porast realiziranih noćenja s poljskog tržišta od čak 16%. Što se tiče domaćih gostiju oni su i ove godine u padu od 10%, to je direktna posljedica izuzetno loše gospodarske situacije u Hrvatskoj i sukladno tome manjem broju organiziranih grupa u smještajnim objektima na području destinacije Umag (sportskih igara tvrtki i institucija).

Bitno je naglasiti da porast u pogledu fizičkog prometa bilježe visoko kvalitetni smještajni kapaciteti (Istrian Villas +3% i Kempinski Adriatic Hotel +1%), dok pad bilježe apartmanska naselja (-12%; ovaj se pad u najvećem dijelu odnosi na smještajne kapacitete u TN Polynesia koji su vrlo niske kvalitete) i kampovi (-8%). Istovremeno je u segmentu privatnog smještaja realizirano 3% više noćenja u odnosu na 2012. godinu gdje samostalni iznajmljivači bilježe porast od čak 15% dok agencije koje pune privatni smještaj padaju za 25% što je posljedica sve većeg samostalnog angažmana vlasnika privatnog smještaja u online prodaji vlastitih kapaciteta.

Postavljeni ciljevi clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog clustera u 2013 godini:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za dva posto u odnosu na 2013. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje u 2012. godini

- Produžiti sezonu na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (AMC, Umagination, Moto bike susrete, Istria Winter Cup, Istria Granfondo, sportove na pijesku, Dane istarskih šparoga, Dane švoja, Dane jadranskih lignji, Dane školjaka i sl.) koji su namjenjeni pred i posezoni
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u clusteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

u potpunosti su realizirani s iznimkom povećanja noćenja za dva posto u odnosu na 2012. godinu zbog, kako je već prije navedeno, značajnog pada na dva od četiri naša najveća emitivna tržišta – njemačkog (-6%) i talijanskog (-10%) usljed velike gospodarske krize koja je još uvijek prisutna u ove dvije zemlje, te pada od 33% s ruskog tržišta (u apsolutnom iznosu 41.959 noćenja) zbog izuzetno loše odrađenih priprema za izdavanje viza rusim gostima usljed ulaska Hrvatske u EU.

Turističke zajednice clustera su u 2013. godini nastavile s primjenom brendinga na svim novim/reizdanim promotivnim materijalima (Kalendar događanja, MTB i cestovne bike karte, vrećice, Info bike table, kao i papirna galanterija za administrativne potrebe TZ-a). Troškovi su bili niži od planiranih iz dva razloga: zbog toga što se išlo na traženje objedinjenih ponuda dok je kvaliteta materijala ostala vrlo visoka, a drugi je razlog taj što se zbog još uvijek dovoljnog broja raspoloživih materijala nije išlo u dotisak istih, te će se navedeni dotisak s potrebnim ažuriranjima realizirati u 2014. godini (Image katalog, Bike i Gourmet vodiči).

Što se tiče e-marketinga realizirano je kvalitetno unapređenje centralnog turističkog web portal na razini clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje odnosno stranice COI (www.coloursofistria.com) provedbom aktivnosti navedenih u Marketing planu clustera 2013 (SEO, društvene mreže, on line promocija). Cestovna signalizacija, tiskani materijali i portal su usklađeni. Snimanje novih videa po proizvodima gourmet, nogomet i wellness je pri kraju odnosno u fazi montaže. Uredništvo COI intenzivno surađuje sa svim TZ-ima clustera. Realizacija budžeta je na razini plana.

U segmentu razvoja proizvoda u clusteru sjeverozapadne Istre realizirane su marketinško promotivne i prodajne aktivnosti u proizvodima tenis, bike, nogomet, wellness i gourmet. Za svaki od navedenih proizvoda definirani projektni timovi su realizirali usvojene godišnje planove aktivnosti za 2013. godinu u okviru pripadajućih im budžeta (usvojeni od strane Odbora clustera).

U segmentu organizacije evenata definirani su eventovi od clusterskog značaja odnosno oni koji mogu postati generatori novih dolazaka u destinaciju (Istria Winter Cup – veljača, Dani školjaka – veljača/ožujak, Dani istarskih šparoga – ožujak/svibanj, Istria

Bike Days – rujan/listopad, Istria Granfondo – listopad, Dani švoja – listopad/studeni, Dani jadranskih lignji – prosinac 2013/siječanj 2014), a sufinanciraju ih svi dionici clustera sukladno interesu.

Promidžbene materijale Turistička zajednica grada Umaga nije slala na sajmove na kojima je bila prisutna Hrvatska turistička zajednica i Turistička zajednica Istarske županije jer se u promo materijalima navedenih institucija nalaze i općeniti podaci o destinaciji Umag. Turistička zajednica grada Umaga je sukladno usvojenim aktivnostima po pojedinim proizvodima u Marketing planu clustera za 2013. godinu na specijalizirane sajmove (kampovi, bike, wellness, gourmet) dostavljala promo materijale preko predstavnika clustera koji su odlazili na navedene sajmove.

Nastavljena je i produbljena suradnja sa Turističkom zajednicom Istarske županije i Uredom za turizam Istarske Županije s krajnjim ciljem kvalitetnije prezentacije integralnog turističkog proizvoda clustera Umag – Novigrad u okviru udruženog oglašavanja odnosno promotivne kampanje istarskih destinacija na svjetskom turističkom tržištu (zajednička promotivna kampanja na web portalima zrakoplovnih kompanija).

I u protekloj su se godini održale brojne manifestacije u organizaciji ili suorganizaciji Turističke zajednice Grada Umaga sa Gradom Umagom, PUO "Ante Babić" i Muzejom Grada Umaga, te ostalih udruga i društava koje djeluju na području grada Umaga. Te su manifestacije (ATP Vegata Croatia Open, Istria Gourmet Festival, Umagination, Rukometno proljeće u Umagu i Novigradu, Spring Break Europe Umag, ETB turnir u odbojci na pijesku, Istria Bike Days, Juventus Summer Camp, Istria Winter Cup, Sepomaia viva, Zlatni lav, Umagoblues, Umag Fashion Night, Kanegra Beach Festival, Dan rajčica, Motobike susreti, Umagični blagdani, i sl.) privukle značajan broj gostiju i pružile im mogućnosti doživljaja Umaga i Istre na poseban, drugačiji način.

Ured TZ Grada Umaga koordinirao je i nadzirao provođenje planiranih aktivnosti u dva turistička društva koja djeluju na području TZ Grada Umaga: TD Savudrija i TD Lovrečica.

Ured TZ Grada Umaga koordinirao je aktivnosti vezane uz unapređenje boravka gostiju, organizaciju događanja, razvoj proizvoda i uređenje destinacije s nadležnim uredima u Gradu Umagu.

Poslovanje TZ Grada Umaga u predmetnom razdoblju odvijalo se u skladu s aktima Zajednice, odlukama Turističkog vijeća i Skupštine, a financijska sredstva utrošena su sukladno Programu rada i financijskom planu za 2013. godinu odnosno promjenama Programa rada i financijskog plana za 2013. godinu usvojenim na TV TZG Umag odžanom dana 06.12.2013. godine

Turistički promet

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2013. godini ostvareno je 22.032.822 noćenja odnosno gotovo isti broj noćenja kao i u 2012. godini dok je istovremeno u 2013. godini realizirano 3.195.586 dolazaka ili 1% više nego 2012. godini. Udio Turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 9,55%.

Tijekom 2013. godine na području Turističke zajednice grada Umaga ostvareno je ukupno 2.103.247 noćenja što u odnosu na ostvarenje 2012. godine znači pad broja realiziranih noćenja od 6%.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2012. i 2013. godini na području TZG Umag

Zemlja	Dolazaka 2012	Dolazaka 2013	Indeks	Noćenja 2012	Noćenja 2013	Indeks
Ukupno domaći	25.748	25.158	98	108.359	97.249	90
Ukupno strani	366.064	346.608	95	2.123.471	2.005.998	94
Sveukupno	391.812	371.766	95	2.231.830	2.103.247	94

Izvor: TZG Umag - statistika

U 2013. godini TZG Umag ostvarila je 2.103.247 noćenja što je 6% manje noćenja od ostvarenih u 2012. godini (2.231.830 noćenja), dok je istovremeno zabilježen pad u broju realiziranih dolazaka od 5% (u 2013. godini je ostvareno 371.766 dolazaka, dok je u 2012. godini taj broj dolazaka bio 391.812). Takav značajan pad ukupnog broja realiziranih noćenja posljedica su pada na dva od četiri naša najveća emitivna tržišta – njemačkog (-6%) i talijanskog (-10%) usljed velike gospodarske krize koja je još uvijek prisutna u ove dvije zemlje, te pada od 33% s ruskog tržišta (u apsolutnom iznosu 41.959 noćenja) zbog izuzetno loše odrađenih priprema za izdavanje viza rusim gostima usljed ulaska Hrvatske u EU.

Tabela 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2011. i 2012. godini na području TZG Umag

Zemlja	2012	%	2013	%	Indeks
Slovenija	556.716	24,94	555.245	26,40	100
Njemačka	431.631	19,34	404.091	19,21	94
Italija	248.197	11,12	300.474	14,29	102
Austrija	293.715	13,16	223.552	10,63	90
Rusija	127.742	5,72	97.249	4,62	90
Hrvatska	108.359	4,86	85.783	4,08	67
Nizozemska	93.400	4,18	70.175	3,34	75
Češka	62.581	2,80	64.182	3,05	103
Poljska	41.720	1,87	48.479	2,30	116
Švicarska	40.482	1,81	36.509	1,74	90
Ostali	227.287	10,2	217.508	10,34	96
Sveukupno	2.231.830	100,00	2.103.247	100,00	94

Izvor: TZG Umag - statistika

Nakon prošlogodišnjeg pada broja noćenja sa slovenskog tržišta (-5%), u ovoj je godini došlo do stabilizacije i realiziran je identičan broj noćenja ostvarenim u 2012. godini. Ono što nas posebno brine je negativan trend odnosno i daljnji pad realiziranih noćenja s talijanskog tržišta koji nakon prošlogodišnjih -9% ove godine iznosi čak -10%. Ove negativne trendove donekle kompenzira porast realiziranih noćenja s jednog emitivnog tržišta, austrijskog (2%) koji porast bilježi uglavnom u terminima pred i po sezone u segmentima bike, nogometa, tenisa, te općenito aktivnog odmora, ali i porast realiziranih noćenja s poljskog tržišta od čak 16% (mada se tu radi o malim apsolutnim iznosima realiziranih noćenja). Što se tiče domaćih gostiju oni su i ove godine u padu od 10%, to je direktna posljedica izuzetno loše gospodarske situacije u Hrvatskoj i sukladno tome manjem broju organiziranih grupa u smještajnim objektima na području destinacije Umag (sportskih i sindikalne igre tvrtki i institucija).

Tabela 3. Ostvarenje noćenja po obveznicima plaćanja boravišne pristojbe u 2012. i 2013. godini

Naziv	2012	%	2013	%	index
Ukupno Istraturist d.d.	1.406.875	63,04	1.295.833	61,61	92,11
Hoteli	519.470	23,28	485.507	23,08	93,46
Kampovi	418.080	18,73	385.673	18,34	92,25
App. Naselja	392.429	17,58	345.559	16,43	88,06
Istrian Villas	76.896	3,45	79.094	3,76	102,86
Casino & Hotel Kristal Umag	27.648	1,24	1.676	0,08	6,06
Skiper hoteli*	97.074	4,35	85.252	4,05	87,82
Kempinski Adriatic Hotel	59.432	2,66	60.189	2,86	101,27
Residence Skiper -App	37.642	1,69	25.063	1,19	66,58
Mali obiteljski hoteli	22.879	1,03	22.351	1,06	97,69
Poduzeća	81.317	3,64	93.802	4,46	115,35
Kampovi (osim Istraturist d.d.)	94.066	4,21	85.990	4,09	91,41
Ukupno privatni smještaj	501.971	22,49	518.343	24,64	103,26
Agencije	125.006	5,60	94.010	4,47	75,20
Nekomercijalni (kuće i stanovi za odmor)	201.238	9,02	215.730	10,26	107,20
Samostalni iznajmljivači	168.521	7,55	194.691	9,26	115,53
Obrt	7.206	0,32	13.912	0,66	193,06
Sveukupno	2.231.830	100	2.103.247	100	94,24

Izvor: TZG Umag - statistika

Bitno je naglasiti da porast u pogledu fizičkog prometa bilježe visoko kvalitetni smještajni kapaciteti (Istrian Villas +3% i Kempinski Adriatic Hotel +1%), dok pad bilježe apartmanska naselja (-12%; ovaj se pad u najvećem dijelu odnosi na smještajne kapacitete u TN Polynesia koji su vrlo niske kvalitete) i kampovi (-8%). Istovremeno je u segmentu privatnog smještaja realizirano 3% više noćenja u odnosu na 2012 godinu gdje samostalni iznajmljivači bilježe porast od čak 15% dok agencije koje pune privatni smještaj padaju za 25% što je posljedica sve većeg samostalnog angažmana vlasnika privatnog smještaja u online prodaji vlastitih kapaciteta.

Što se pak tiče naplate boravišne pristojbe u segmentu nautičkog turizma u 2010. godini izdan je Pravilnik o naplati boravišne pristojbe u kojem je definirano da

naplatu boravišne pristojbe više ne vrše marine već to vrše Lučke kapetanije odnosno Lučke ispostave koje djeluju na području odnosno Turističke zajednice. HTZ je i u 2013. godini financirao troškove zaposlenih djelatnika na poslovima naplate boravišne pristojbe u odnosnoj Lučkoj kapetaniji tj. ispostavi. Noćenja ostvarena u segmentu nautičkog turizma nisu evidentirana.

1. Vizija i ciljevi

1.1 Strateški ciljevi marketinške politike

Budući da Turistička zajednica Istarske županije predstavlja krovnu promotivnu instituciju destinacije Istre na globalnom turističkom tržištu, vizija:

"Pozicionirati Istru u krug poznatih europskih turističkih destinacija kao jednu od poželjnijih destinacija za odmor, čija se ponuda temelji na doživljaju, u skladu s održivim i odgovornim razvojem."

i ciljevi TZIŽ za 2013. godinu:

- Zadržavanje fizičkog obujma prometa na razini 2012. godine
- Fokus na tržišta koja mogu dodatno popuniti kapacitete u pred i posezoni
- Povećanje fizičkog obujma prometa u Zračnoj luci Pula za 10% uz otvaranje novih zračnih linija te intenziviranje postojećih linija u pred i posezoni
- Unaprijeđenje aktivnosti e-marketinga te jačanje pozicije IRTA-e
- Nastavak sustavnog organiziranja privatnog smještaja i marke Domus bonus
- Unaprijeđenje proizvoda Istre, jačanje njihove pozicije na tržištu te konkurentne prednosti
- Pozicioniranje Istre kao jedne od vodećih 'lifestyle' destinacija
- Poboljšanje osposobljenosti zaposlenih u turizmu
- Potaknuti razvoj novih proizvoda i kreiranja DMC
- Razvoj DMO
- Uspješno provesti 'tranzicijski period' - usklađenje sa novim Zakonom o turističkim zajednicama i promociji hrvatskog turizma, kreirati Strateški marketing plan turizma Istre 2014.-2018.

bili su usko povezani s vizijom i ciljevima clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, pri čemu je jedan o prvih ciljeva Marketing plana TZIŽ za 2013. godinu, zadržavanje fizičkog obujma prometa na razini 2012. godine u potpunosti realiziran jer je u 2013. godini ostvaren gotovo identičan broj noćenja realiziranih u 2012. godini.

1.2 Ciljevi Marketing plana clustera u 2013. godini

Marketing plan clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje za 2013. godinu dao je konkretne smjernice, set aktivnosti i projekte koji su svoje uporište imali u usvojenom modelu sustavnog destinacijskog marketinga.

Postavljeni ciljevi clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog clustera u 2013 godini:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za dva posto u odnosu na 2013. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje u 2012. godini
- Produžiti sezonu na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (AMC, Umagination, Moto bike susrete, Istria Winter Cup, Istria Granfondo, sportove na pijesku, Dane istarskih šparoga, Dane švoja, Dane jadranskih lignji, Dane školjaka i sl.) koji su namjenjeni pred i posezoni
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u clusteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

u potpunosti su realizirani s iznimkom povećanja noćenja za dva posto u odnosu na 2012. godinu zbog, kako je već prije navedeno, značajnog pada na dva od četiri naša najveća emitivna tržišta – njemačkog (-6%) i talijanskog (-10%) usljed velike gospodarske krize koja je još uvijek prisutna u ove dvije zemlje, te pada od 33% s ruskog tržišta (u apsolutnom iznosu 41.959 noćenja) zbog izuzetno loše odrađenih priprema za izdavanje viza rusim gostima usljed ulaska Hrvatske u EU.

2. Administrativni marketing

2.1 Turistički ured

Ured Turističke zajednice grada Umaga je i u 2013. - toj godini koordinirao, organizirao i pripremao dokumentaciju za potrebe tijela zajednice - održale su se dvije sjednice Skupštine TZ grada Umaga, dvije sjednice Nadzornog odbora, četiri sjednice Turističkog vijeća te niz koordinacija s članovima odbora clustera, direktorima LTZ-a, direktorima TZ-a clustera, te predstavnicima dionika turističke ponude u destinaciji Umag (privatni iznajmljivači, ugostitelji, turističke agencije, ACI marine, hotelske kuće i dr.). Rad tijela zajednice i Ureda TZG Umaga odvijao se sukladno odredbama i rokovima Zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), te odredbama Statuta TZ grada Umaga (NN 73/10).

Osim svega gore navedenog direktor TZG Umag i djelatnici ureda svakodnevno su provodili zadatke utvrđene programom rada Zajednice, obavljali stručne i administrativne poslove u vezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice te izrađivali i izvršavali akte tijela Zajednice, obavljali pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, vodili evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice, izrađivali analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice, davali tijelima Zajednice i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice te obavljali druge poslove koje su im odredila tijela Zajednice. Smanjenje realiziranih troškova administrativnog marketinga u usporedbi s planiranim veličinama rezultat je reorganizacije poslova unutar TZG Umag (stavka Rashodi za radnike), smanjenja troškova ureda (potrošni uredski materijal, struja, telefon) kao i smanjenja rashoda za rad tijela TZG Umag. Udio rashoda po stavci administrativni rashodi u ukupno realiziranim rashodima iznosi 17,77%

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rad turističkog ureda (kontinuirano)		
Ukupni iznos	1.703.180 kn	1.570.225 kn

2.2 Rad tijela Turističke zajednice

SKUPŠTINA TZG Umag

Tijekom 2013. godine održale su se 2 (dvije) sjednice Skupštine koje su, na dnevnom redu imale zakonom propisane zadaće koje Skupština TZG Umag mora obavljati (čl. 15. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08). dvije (2) sjednice Skupštine TZ Grada Umaga

- **Sjednica Skupštine 21. ožujka 2013. - DNEVNI RED:** Verifikacija zapisnika sa 8. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 20. 12. 2012. godine; Razmatranje Izvješća o izvršenom nadzoru nad poslovanjem TZG Umaga u 2011. od strane Hrvatske turističke zajednice; Razmatranje i usvajanje Izvješća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2012. godinu; Razmatranje i usvajanje Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2012.g.; Razmatranje i usvajanje Izvješća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2012.; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Upravnog odbora Udruge iznajmljivača turističkih kapaciteta u privatnom smještaju Grada

Umaga - Umag za provođenje postupka: a) za razrješenje dosadašnjeg člana Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga, b) za izbor novog člana Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Skupštine 23. prosinca 2013. - DNEVNI RED:** Verifikacija zapisnika sa 9. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 21. 03. 2013.; Razmatranje i usvajanje Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2014. godinu sa Financijskim planom, te donošenje Odluke o njegovom izvršenju; Tekuća pitanja.

TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag

Tijekom 2013. godine održale su se 4 (četiri) sjednice Turističkog vijeća TZG Umag koje su, između ostalog, kao dnevni red imale zakonom propisane zadaće koje Turističko vijeće TZG Umag mora obavljati (čl. 17. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08)).

- **Sjednica Turističkog vijeća 14. ožujka 2013. - DNEVNI RED:** Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Razmatranje Izvješća o izvršenom nadzoru nad poslovanjem TZG Umaga u 2011. od strane Hrvatske turističke zajednice; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2012. godinu; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2012. g.; Razmatranje Izvješća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2012. g., te njegovo usvajanje; Razmatranje Izvješća o radu direktora turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga u 2012., te njegovo usvajanje; Razmatranje Aneksa Ugovora o sufinanciranju nabavke vozila za HMP Umag, te donošenje odluke; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Upravnog odbora Udruge iznajmljivača turističkih kapaciteta u privatnom smještaju Grada Umaga - Umag za provođenje postupka: a) za razrješenje dosadašnjeg člana Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga, b) za izbor novog člana Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja.
- **Sjednica Turističkog vijeća 13. kolovoza 2013. - DNEVNI RED:** Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Analiza turističke sezone: a) Informacija o ostvarenom turističkom prometu u razdoblju 01. 01. – 31. 07. 2013., b) Financijsko izvješće Zajednice za razdoblje 01. 01. – 30. 06. 2013.; Razmatranje i usvajanje prijedloga Odluke o korištenju transferiranih sredstava BP u Proračun Grada Umaga; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 26. rujna 2013. - DNEVNI RED:** Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Informacija o ostvarenom turističkom prometu u razdoblju 01. 01. – 31. 08. 2013.; Informacija o odobrenim sredstvima po prijavljenim projektima na raspisane natječaje; Razmatranje prijedloga JK Umag Fiandara 1975 o: a) postavljanju loga Umaga na jedru regatne jedrilice „Shining Umag – Umago maxi“, b) korištenju loga Umaga, c) suradnji na organizaciji Barcolane u Trstu, 13. listopada 2013.; Razmatranje ponuda i donošenje Odluke o nabavci novog službenog vozila; Tekuća pitanja.
- **Sjednica Turističkog vijeća 06. Prosinca 2013. - DNEVNI RED:** Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Donošenje Odluke o raspisivanju izbora za tijela Turističke zajednice grada Umaga; Utvrđivanje prijedloga Programa rada Turističke zajednice za 2014. godinu sa Financijskim planom; Razmatranje prijedloga Balon kluba Zagreb o promociji destinacije; Informacija o ulaganjima ITU-a u 2014. godini; Tekuća pitanja.

NADZORNI ODBOR TZG Umag

Tijekom 2013. godine održale su se 2 (dvije) sjednice Nadzornog odbora koje su za dnevni red imale zakonom propisane zadaće koje Nadzorni odbor TZG Umag mora obavljati (čl. 19. i 20. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08):

- **Sjednica Nadzornog odbora 06. ožujka 2013. - DNEVNI RED:** Izbor predsjednika Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Razmatranje Izvješća o izvršenom nadzoru nad poslovanjem TZG Umaga u 2011. Od strane Hrvatske turističke zajednice; Razmatranje provedbe Programa rada i Financijskog izvješća Turističke zajednice grada Umaga za 2012. godinu; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Nadzornog odbora 30. Kolovoza 2013. - DNEVNI RED:** Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga, Analiza turističke sezone: a) Informacija o ostvarenom turističkom prometu u razdoblju 01. 01. – 31. 07. 2013., b) Financijsko izvješće Zajednice za razdoblje 01. 01. – 30. 06. 2013.; Tekuća pitanja.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Skupština	ožujak	21.03.2013.

(2 sjednice)	prosinac	23.12.2013.
Turističko vijeće	ožujak	14.03.2013.
(4 sjednice)	kolovoz	13.08.2013.
	rujan	26.09.2013.
	prosinac	06.12.2013.
Nadzorni odbor	ožujak	06.03.2013.
(2 sjednice)	kolovoz	30.08.2013.
Ukupni iznos	45.000 kn	22.900 kn

3. Dizajn vrijednosti

3.1 Potpore manifestacijama

U suradnji s HTZ-om TZ Istarske županije je, sukladno svojim mogućnostima, pružala financijsku potporu megaprojektima ili projektima od interesa za cijelu Istru, projektima od velikog medijskog interesa, kulturnim, sportskim i/ili zabavnim manifestacijama.

Pri odabiru manifestacija i projekata od značaja za istarski turizam i njegovu promociju koje motiviraju potencijalne turiste za dolazak u Istru, TZIŽ je polazila od sljedećih kriterija:

- Doprinosa obogaćivanju turističke ponude regije
- Nazočnost u medijima u inozemstvu i tuzemstvu
- Međunarodni imidž
- Tradicija i višegodišnje uzastopno održavanje manifestacije i projekta
- Međunarodni karakter manifestacije i projekta (po sudionicima i po posjetiteljima)
- Doprinosa produženju turističke sezone
- Prisutnost i udio u sponzorstvu domaćih i stranih sponzora;

Na radionicama DMM (Destinacijski Marketing Menadžment) je usaglašeno da eventni predstavljaju vrlo važan dio turističke ponude clustera te da je potrebno zajednički raditi na unapređenju postojećih te organiziranju novih. Strategija razvoja clusterskih evenata uključuje zajednički razvoj i komercijalizaciju evenata sa jakom karizmom na nivou cijelog clustera.

Definirane su i aktivnosti u razvoju i upravljanju clusterskim eventima:

a) definiranje clusterskih evenata (postojećih i novih)

Eventi sa jakim karizmom na nivou cjelog clustera definirani se kao clusterski event. Interes je clustera da zajednički podrži razvoj i komercijalizaciju clusterskih evenata.

b) grupiranje evenata u tematske cjeline

U cilju definiranja evenata na nivou clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, postavljanja zajedničkih kalendara te podjele aktivnosti i odgovornosti među sudionicima, eventni su primarno grupirani u četiri tematske cjeline:

- Zabava
- Kultura
- Sport i rekreacija
- Gourmet

c) unapređenje postojećih i razvoj novih clusterskih evenata

Cluster (dionici) su usmjeravali i podržavali unapređenje postojećih i razvoj novih clusterskih evenata na način da se iste podržavalo:

- promotivno (putem zajedničkih marketinških aktivnosti te putem marketinških aktivnosti dionika)
- logistički i infrastrukturno (sukladno mogućnostima npr. davanje potrebne infrastrukture u najam uz povoljne uvjete i sl.)
- financijski (sukladno mogućnostima i prioritetima prvenstveno turističkih zajednica)

d) promoviranje clusterskih evenata

Clusterski eventi bili su naglašeno promovirani putem aktivnosti marketing plana clustera te putem marketinških aktivnosti dionika clustera.

Nositelji evenata odnosno financijeri su bili različiti ovisno o eventu (pojedini dionici marketing plana, te vanjski partneri).

Zabavne manifestacije

Sva su zabavna događanja podijeljena na clusterska i događanja na području TZG Umag. U clusterska događanja spadaju: Motobike susreti Umag, Mega koncerti, Microsoft WinDays 13, Umagination, UmaGOblues. Generalni je stav dionika clustera bio da će se sufinancirati događanja koja imaju potencijal generiranja novih dolazaka i koja se dešavaju van glavne sezone i sukladno tome je i postupano.

Uz navedene clusterske projekte Turistička zajednica grada Umaga je bila suorganizator ili je pak sufinancirala slijedeća događanja na području destinacije Umag: ACR Musifest, Umagfloria, Umagične blagdane i U srcu ljeta.

Kulturne manifestacije

Kao i kod zabavnih manifestacija kulturna su događanja bila podjeljena na clusterska i ona na području TZG Umag. Trenutno su se na području clustera u segmentu kulturnog turizma iskristalizirala tri značajnija događanja: Zlatni lav, Dani Antike i Istra Inspirit.

Na području destinacije Umag, TZG Umag je sufinancirala slijedeća događanja: Dan zaštitnika Grada – Sveti Pelegrin, Znanstveni skup Tomizza, Artum – 3.Umaški salon i izložbe eminentnih slikara u Galeriji Marin. Njihova je zajednička odrednica da se već tradicionalno održavaju u turističkoj sezoni odnosno u srpnju, kolovozu i rujnu. Ovaj segment turizma krasi činjenica da se može izvoditi tijekom cijele godine iako se oni zasad održavaju upravo u vrijeme trajanja glavne sezone. S tim u vezi vremenski period u kojem bi se moglo pristupiti njegovom izvođenju se podudara s potrebom produženja sezone tj. odnosi se na razdoblje od mjeseca listopada do početka travnja.

Sportske manifestacije

Osim tradicionalno najvećeg sportskog događaja u Hrvatskoj, ATP Vegeta Croatia Open Umag, u clusterska događanja još spada i čitav niz teniskih GMP i ITF turnira u tenisu. Osim teniskih evenata na nivou clustera realizirao se i ETB turnir u odbojci na pijesku kao i jedriličarske regate: Regata Monfalcone – Umag – Monfalcone, Istarska regata, Regata Ravena – Umag – Ravena i Mittel Europa Opti Race. U segmentu nogometa uspješno je organiziran 3. Istria Winter Cup u veljači 2013. godine. U proizvodnji bike u ožujku je realizirana cestovna utrka 10. Istarsko proljeće i 1. Umag Trophy u suradnji s BK Kamen, dok je u listopadu po drugi put realizirana cestovna utrka biciklista 2. Istria Granfondo u suorganizaciji Grada Umaga i Grada Novigrada kroz projekt Adria MoveIT!, te dvije najveće hotelske kuće Istraturist d.d. i Laguna Novigrad d.d. Turistička zajednica grada Umaga sudjelovala je u sufinanciranju međunarodnih golf turnira na Crvenom vrhu: Vinistra golf Cup, Šparugada Open, Internacionalno seniorsko prvenstvo Hrvatske.

Nepotrebno je naglašavati koliku je promociju Gradu Umagu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj donio ATP Vegeta Croatia Open – UMAG. Ovaj je turnir, koji se 2013. godine po dvadeset i četvrti put održao u Umagu, postao zaštitni znak Umaga i referentna točka svekolikog događanja u Umagu i široj okolici. U protekloj 2013. godini program ATP je nastavio s realizacijom projekta Istrian Gourmet Festival - jedne od najprestižnijih gastronomskih manifestacija u Istri - gdje su se naši gosti imali priliku kroz 15-ak dana gurmanskih događanja upoznati s delicijama istarske kuhinje. Kroz projekt Taste Istria predstavljeni su vrhunski istarski vinari i maslinari te proizvođači autohtonih istarskih delicija i na taj je način stvoren nezaboravan gurmanski doživljaj koji je gostima približio jedinstvenu istarsku kulturu življenja. Zahvaljujući Ministri i u 2013. godini su na Istrian Gourmet Festivalu

bila predstavljena najbolja istarska vina koja su sudjelovala na izložbi vina i vinarske opreme Vinistra 2013.

Osim ATP-a, sportova na pijesku i jedriličarskih regata u destinaciji Umagu su održane brojne sportske manifestacije: Kup Istre u mini rukometu, Međunarodni malonogometni turnir, košarkaški kamp Basket for you (B4U) s proslavljenim hrvatskim košarkaškim zvijezdama Dinom Rađom i Aramisom Nagličem kao i sajam sporta i sportske opreme Umag sports.

Gourmet manifestacije

Promoviranje gourmet ponude Istre logičan je slijed višegodišnjeg projekta u okviru kojeg se ocjenjuju ugostiteljski objekti Istre, a sukladno tome i ugostiteljski objekti na području destinacije Umag.

Između 200 ocjenjenih istarskih restorana, konoba i agroturizama u 2013. godini, čak 62 objekta se nalazi na području sjeverozapadne Istre.

U segmentu gourmeta međusobna suradnja i povezivanje Turističkih zajednica clustera došla je do izražaja u organizaciji devetih Dana istarskih šparuga, šestih Dana švoja, drugih Dana jadranskih lignji i prvih Dana školjaka. Osim ova četiri gourmet događaja u 2013. je u terminima pred i posezone organizirano još nekoliko gourmet evenata: IAGI, Conpasta, Smrčkijada i Oleum Olivarum. Neki od njih su sadržajno oplemenjeni i tako su postali motivi dolaska u cluster sjeverozapadne Istre dok drugi nisu iskoristili svoj potencijal pa su stoga izuzeti iz sufinanciranja u 2014. godini.

Tradicionalna fešta Dan rajčica je i u 2013. godini polučila veliki uspjeh okupivši na Trgu slobode cca 4.000 gostiju.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Potpora projektima clustera (<i>veljača/lipanj i rujan/prosinac</i>)	zabavne: 526.000 kn kulturne: 115.000 kn sportske: 680.609 kn gourmet: 125.000 kn	529.381 kn 115.000 kn 655.739 kn 120.000 kn
Potpora projektima grada Umaga (<i>travanj, svibanj, srpanj, kolovoz, rujan, prosinac</i>)	zabavne: 323.000 kn kulturne: 58.000 kn sportske: 108.000 kn gourmet: 91.000 kn ostalo: 28.000 kn	338.542 kn 55.381 kn 100.040 kn 88.149 kn 24.273 kn
Ukupni iznos	2.054.609 kn	2.026.506 kn

3.2 Potpora razvoju DMO

Prateći aktualne trendove na međunarodnom tržištu koji su usko povezani s razvojem destinacijskog menadžmenta, novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma donijeti će novine u upravljanju turističkom destinacijom čiji se razvoj temelji na partnerskim odnosima, poglavito javnog i privatnog sektora. Donošenjem novog Zakona krenuti će se u modernizaciju uloge regionalnih i lokalnih turističkih zajednica. Sukladno navedenom turističke zajednice će svoje djelovanje razvijati na način da upravljaju destinacijom za koju su osnovane i to kroz: razvoj partnerskih odnosa svih nositelja turističke ponude u destinaciji s ciljem razvoja zajedničkih proizvoda i zajedničkih aktivnosti promocije na međunarodnom tržištu, čime će se u konačnici osigurati veća konkurentnost destinacije.

Unapređenje konkurentnosti destinacije mora biti ključan cilj novo definiranog sustava DMO.

U 2013. godini TZG Umag je nastavila suradnju s Udrugom privatnih iznajmljivača kroz sufinanciranje podizanja kvalitete usluge na web portalu Udruge.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s Udrugom privatnih iznajmljivača – sufinanciranje portala (<i>veljača/travanj</i>)		
Ukupni iznos	30.000 kn	30.000 kn

3.3 Razvoj proizvoda

Produžetak sezone u clusteru, kao i zadovoljenje očekivanja, želja i potreba gostiju koji su odabrali upravo ovu destinaciju za svoj odmor jedan je od primarnih zadataka turističkih zajednica clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje. Da bi se taj zadatak uopće mogao ostvariti nužno je kontinuirano kreirati i razvijati nove proizvode na nivou clustera koji će "stvarati razliku" u odбору određene destinacije za odmor.

U cilju pozicioniranja i ostvarivanja vizije clustera, i u 2013. godini je nastavljeno s razvojem osnovnih proizvoda na kojima cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje gradi svoj lanac vrijednosti i kreira marketinške aktivnosti, a to su: nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet.

3.3.1. Nogomet

Nogomet kao trenutačno najpopularniji sport na svijetu nudi široku paletu mogućnosti kreiranja i razvijanja kvalitetnih projekata s ciljem privlačenja velikog broja ljudi i pozicioniranja clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje na europskom turističkom tržištu. Projekt se je ponajviše fokusirao na zimski period odnosno period priprema nogometnih klubova i to od siječnja do kraja travnja. U segmentu infrastrukture nastavljena je koordinacija aktivnosti u realizaciji investicija u nogometnu infrastrukturu u Umagu u budućoj sportskoj zoni Stella Maris. U segmentu promocije realizirani su obilasci i nastupi na sajmovima: 3 (2 u inozemstvu / 1 u Hrvatskoj), objavljeno je 35 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, realizirana je foto i video produkcija proizvoda nogomet koja se nalazi u fazi montaže, realizirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar cluster portala, kao i vizualno rješenje gadgeta odnosno nogometne opreme (lopta, torba, dres, rukavice,...). U segmentu prodaje izvršena je standardizacija paket aranžmana (definirani elementi i struktura paketa), a realizirano je i povezivanje s specijalistima za nogomet i nogometnim klubovima u regiji. U 2013 godini je po treći put organiziran međunarodni nogometni turnir Istria Winter Cup.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou clustera za razvoj nogometa u 2013. godini iznosi 277.347 kn. Udio TZG Umag u razvoju nogometa u 2013. godini iznosi 55.050 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom nogometa na nivou clustera (kontinuirano)		
Ukupni iznos	57.611 kn	55.050 kn

3.3.2 Bike

Vizija projekta je da cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje postane atraktivan i kvalitetno organiziran biciklistički cluster koji nudi kompletan doživljaj, uvjete i usluge u skladu sa potrebama biciklista. Prioritetni ciljevi su povećanje broja noćenja i dolazaka biciklista (grupe i individualci) te produženje turističke sezone (u periodu od ožujka do lipnja te rujna do listopada).

Imajući u vidu navedeno u 2013. godini u segmentu infrastrukture dovršeno je postavljanje unificirane biciklističke signalizacije (3 staza), postavljene su informativne table za bicikliste (5 tabli), unaprijeđene usluge za bicikliste u 6 smještajnih objekata s oznakom Bike Hotels na području clustera (Bike expert, Bike service card, najam GPS aparata). Bike hoteli Sol Garden Istra i Maestral dobili oznaku *Roadbike Holidays*. U promotivnim aktivnostima realizirane su prezentacija proizvoda bike-a bike specijalistima iz inozemstva (Njemačka, Nizozemska, Austrija, Hrvatska) na specijaliziranim sajmovima, radionicama, forumima. Realizirani obilasci i nastupi na specijaliziranim sajmovima: 7 (5 u inozemstvu / 2 u Hrvatskoj), prezentacije i promocije: 3 (2 u inozemstvu / 1 u Hrvatskoj), novinari u

organiziranom posjetu: 10 (iz inozemstva), objavljeno 150 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, realizirana je video i foto produkcija proizvoda bike (teme: cikloturisti, cestovni biciklisti, Istria Granfondo), izrađeni su gadgeti i biciklistička oprema na kojim je primjenjen vizual clustera (dugi rukavi i bandane), ažuriranje sadržaja proizvoda i ponude unutar cluster portala.

Osim navedenog u 2013n je održano 20 rekreativnih biciklijada i po drugi put je organiziran međunarodni biciklistički maraton Istria Granfondo, prvi put je organiziran novi projekt Istria Bike Days (22.9. - 06.10.2013.) - paket evenata i ponude za bicikliste.

TZG Umag je potpisao Ugovor o promociji turističke destinacije odnosno postavljanju logotipa destinacije na bicikle i stanice u sustavu Park&Ride i na taj način osigurao dodatnu vidljivost Umaga.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou clustera za razvoj bike-a u 2013. godini iznosi 372.407 kn. Udio TZG Umag u razvoju bike-a je iznosio 263.790 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom bike-a na nivou clustera (kontinuirano)	108.265 kn	101.849 kn
Bike signalizacija (siječanj/prosinac)	60.000 kn	55.941 kn
Održavanje staza (kontinuirano)	6.000 kn	6.000 kn
Park&Ride (siječanj/prosinac)	100.000 kn	100.000 kn
Ukupni iznos	274.265 kn	263.790 kn

3.3.3 Tenis

Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje ima potencijal biti prva destinacija tenisa u Hrvatskoj. Na preko 80 moderno uređenih i održavanih tenis terena clustera nudi se mogućnost igranja tijekom cijele godine.

Cilj projekta je da u periodu pred i posezone (a posebno u periodu ožujak-lipanj) ostvarimo maksimalni broj tenis gostiju obzirom na broj tenis terena koje imamo.

U segmentu prodaje izvršena povezivanje sa tenis specijalistima i klubovima u Rusiji i Njemačkoj. U segmentu promocije realizirani su obilasci i nastupi na specijaliziranim sajmovima: 2 (1 u inozemstvu i 1 u Hrvatskoj), realizirane prezentacije i promocije: 2 (2 u inozemstvu - Bierkfeld (Austrija), Beč (Austrija), novinari u organiziranom posjetu: 7 (iz inozemstva), objavljeno 15 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, nastavljena je foto i video produkcija proizvoda tenis, te ažurirana prezentacija proizvoda i ponude unutar cluster portala. U ožujku, travnju, svibnju i rujnu organizirani su brojni GMO i ITF turniri.

Prošle je godine započeo radom i Umag Tennis Academy, koji je smješten uz obalu mora u Katoro Resortu, a službeni je regionalni centar Hrvatskog teniskog saveza.

Jedan je od najmodernijih teniskih centara u Europi, što duguje najvišim standardima gradnje te kvaliteti infrastrukture, smještajnih kapaciteta i popratnih sadržaja. Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou clustera za razvoj tenisa u 2013. godini iznosi 218.758 kn. Udio TZG Umag u razvoju tenisa u 2013. godini je iznosio 67.927 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom tenisa na nivou clustera <i>(kontinuirano)</i>		
Realizacija tenis turnira <i>(siječanj/rujan)</i>		
Ukupni iznos	76.066 kn	67.927 kn

3.3.4 Wellness

Osnovna je prednost ovog segmenta turizma u mogućnosti njegovog izvođenja tijekom cijele godine i u svim vremenskim prilikama. Temeljna postavka za razvoj je postojanje wellness centra, a ona je na području clustera u potpunosti zadovoljena (10.000 m² površina wellnessa, zdrav život, antistres programi).

Vizija projekta je prepoznavanje clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje po brojnoj wellness ponudi, razrađenim programima i vrhunskom uslugom usmjerenom na boravak gostiju i korisnika wellnessa kroz duži period godine. Sukladno navedenom u segmentu promocije realizirani su obilasci i nastupi na specijaliziranim sajmovima: 3 (2 u inozemstvu SPA-CE (Mađarska), Wellness und Gesund Messe (Austrija) / 1 u Hrvatskoj - Umag Sport.

Realizirane prezentacije i promocije: 3 (2 u inozemstvu Bierkfeld (Austrija), Beč (Austrija) / 1 u Hrvatskoj), dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 5 (iz inozemstva), objavljeno 45 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, realizirane ciljane marketinške kampanje u Austriji, Sloveniji, Njemačkoj, nastavljena video produkcija proizvoda wellness, izražen vizuelni koncept štanda clustera proizvoda wellness za potrebe nastupa na sajmovima i prezentacijama, realizirana je otisnuta wellness brošura. Osim navedenog u 2013. godini realizirana su tri eventa: Wellness moments, Welldays i Sensa vikend u Umagu.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou clustera za razvoj wellness-a u 2013. godini iznosi 255.380 kn. Udio TZG Umag u razvoju wellness-a iznosio je 82.550 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom wellness-a na nivou clustera <i>(kontinuirano)</i>		

Realizacija projekta Wellness moments
(siječanj/ožujak)

Ukupni iznos	96.486 kn	82.550 kn
---------------------	------------------	------------------

3.3.5 Gourmet

Cilj ovog projekta je prepoznavanje clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje po vrhunskoj eno - gourmet ponudi, razrađenim programima i uslugom usmjerenom prema gostu tijekom čitave godine. U okviru razvoja gourmet proizvoda osnovne su aktivnosti bile: uvođenje novih sadržaja i programa, izrada tematskih paketa i komercijalizacija istih, organizacija gourmet evenata, proširenje suradnje s partnerima (specijalizirane agencije, opinionmakeri...), dorada brošure i prezentacijskog materijala gourmet ponude, promocija, PR aktivnosti, te sajmovi i prezentacije. Sukladno tome u segmentu prodaje u 2013. godini su standardizirani paket aranžmani na temu "Cooking class".

U segmentu promocije realizirane prezentacije i promocije: 9 (4 u inozemstvu / 5 u Hrvatskoj), dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 25 (iz inozemstva), realizacija ciljane marketinške kampanje u Sloveniji, Austriji, Italiji, Njemačkoj, objavljeno 165 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar cluster portala, realiziran je tisak promotivni materijali: letci gourmet manifestacija kao i prezentacijska brošura gourmet proizvoda. U segmentu organizacije eventa po deveti put su se održali Dani istarskih šparoga, šesti put Dani švoja, drugi put Dani jadranskih lignji, a prvi put su u veljači odnosno ožujku 2013. godini organizirani i Dani školjaka.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou clustera za razvoj gourmet-a u 2013. godini iznosi 254.481 kn. Udio TZG Umag u razvoju gourmet-a iznosio je 138.374 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom gourmet-a na nivou clustera (kontinuirano)		
Realizacija projekta Dana šparoga/švoja/lignji/školjki na novou clustera (siječanj/prosinac)		
Ukupni iznos	139.000 kn	138.374 kn

4. Komunikacija vrijednosti

4.1 Online komunikacija

U TZIŽ, po usvajanju strateških dokumenata razvoja elektroničkog marketinga 'Strategija e-marketinga' i 'Izvedbeni plan Kontakt i prodajnog centra: e-Istra', aktivnosti na području e-marketinga tj. online komunikacija postale su prioritetni segment rada.

U 2013. godini turističke zajednice klastera gradova Umag, Novigrad, Buje i općine Brtonigla nastavile su implementaciju i primjenu zajedničkog vizualnog identiteta i time pokrenule i realizirale niz zajedničkih projekata.

U 2013. godini aktivnosti na području e-marketinga bile su usmjerene prvenstveno prema unapređenju centralnog web portala na razini clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje (cluster web) a sukladno zaključima sa DMM radionice iz 2010. godine i definiranom marketing planu klastera za 2013. godinu.

Projekt destinacijskog web portala <http://www.coloursofistria.com> predstavlja jedan od kanala zajedničke promocije cjelokupne turističke ponude sa područja sjeverozapadne Istre. Primjer je projekta javno-privatnog partnerstva u koji su uključene turističke zajednice gradova Umag, Novigrad, Buje i općine Brtonigla te hotelske kompanije Istraturist Umag i Laguna Novigrad, koji i kroz ovaj kanal promocije zajednički rade na daljnjem razvoju sjeverozapadne Istre koja želi unapređenjem kvalitete svoje ponude učvrstiti poziciju destinacije idealne za odmor.

Sukladno navednom u 2013. godini u razvoju e-marketinga realizirano je slijedeće:

- Provedene preinake i zahvati postavljenim SEO analizom i strategijom ključnih riječi sa ciljem postizanja što boljeg SERP-a
- Realizirana e-promocija destinacije sa optimizacijom budžeta na način da se više utrošilo u promociju na društvenim mrežama u odnosu na image /banner promociju
- Ostvarena intenzivna prisutnost na društvenim mrežama sa fokusom na Facebook profil.
- Na regionalnom natjecanju SOMO borac u sklopu WMF u Rovinju osvojena nagrada za najbolji Instagram profil u regiji uz kandidaturu u još 3 kategorije.
- Rad na sadržaju (eventi/članici) vršen kontinuirano tijekom godine

Aktivnosti su sufinancirane od strane dionika prema udjelima u ukupnom broju realiziranih noćenja turističkih zajednica na nivou clustera (a pripadajuće kompanije sufinanciraju "svoje" turističke zajednice). Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou clustera za razvoj e-marketinga u 2013. godini je iznosio 782.800 kn. Turistička zajednica grada Umaga je sufinancirala razvoj cluster weba u 2013. godini u iznosu od 228.047 kn

Aktivnosti

Planirano

Ostvareno

www.coloursofistria.com

razvoj, održavanje, upravljanje

(kontinuirano)

e-promocija

(siječanj/travanj)

SEO

(siječanj/lipanj)

e-projekti

(kontinuirano)

Ukupni iznos	228.969 kn	228.047 kn
---------------------	-------------------	-------------------

4.2 Offline komunikacija

PR AKTIVNOSTI

S obzirom na činjenicu da trošak oglašavanja predstavlja vrlo značajnu stavku u ukupnim troškovima, a da raspoloživa sredstva ni u kom slučaju ne zadovoljavaju potrebe vezane uz oglašavačku kampanju, turističke zajednice clustera nastojale su taj manjak sredstava kompenzirati i putem PR aktivnosti na nivou clustera sukladno Marketing planu clustera za 2013. godinu.

Sukladno tome, projektni timovi razvoja proizvoda clustera su u okviru svojih budžeta planirali sredstva za PR agente za hrvatsko, talijansko i njemačko govorno područje, te su sukladno planiranom realizirali dovođenja novinara s hrvatskog, talijanskog i njemačkog govornog područja koji su komunicirali razvoj pojedinačnih proizvoda i pripadajućih im eventa na emitivnim tržištima Hrvatske, Italije, Austrije i Njemačke. Ukupna marketinška vrijednost tih PR aktivnosti (objavljeni članci u medijima – 410 članaka u inozemstvu i Hrvatskoj) na nivou clustera iznosi 350.000 EUR.

Nadalje, dovođenjem domaćih i stranih novinara kroz sustav HTZ-a i poticanje njihova pisanja o destinacijama u clusteru, pri čemu je HTZ podmirivao troškove dolaska, prijevoza i smještaja, dok su županijska i jednim dijelom Turistička zajednica grada Umaga podmirivale troškove vođenja, dodatnih obroka i ostalih troškova, koristile su se usluge tzv. besplatnog marketinga i u 2013. godini. Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umag izdvojila za dovođenje novinara iznosi 32.462kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Dovođenje novinara <i>(kontinuirano)</i>		
Ukupni iznos	28.674 kn	32.462 kn

BROŠURE I TISKANI MATERIJAL

Što se tiče tiskanja brošura u suradnji s TZIŽ u 2013. godini TZG Umag je sufinancirala tiskanje brošura po proizvodima i Vacation Plannera u iznosu od 27.905 kn.

Privatni smještaj u okviru projekta Domus Bonus ima popriličan broj članova u destinaciji Umag stoga je TZG Umag zajedno s TZIŽ nastavila promociju postojećih smještajnih kapaciteta koji udovoljavaju traženim standardima i u 2013. godini.

Osim navednih brošura koje su se tiskale prema Marketing planu TZIŽ, TZG Umag je zajedno sa ostalim Turističkim zajednicama clustera realizirala tisak MTB i cestovnih bike karata, kalendara događanja clustera kao i vrećica clustera s novim vizualnim identitetom clustera koji je primjenjen na navedenim brošurama u protekloj godini. U 2013. godine nije realiziran predviđeni tisak image kataloga clustera, gourmet i bike vodiča jer su turističke zajednice clustera raspolagale s dovoljnom količinom tih materijala. Tisak navedenih materijala će se nakon izvršenih ažuriranja realizirati u 2014. godini. Osim toga u 2013. godini nismo izvršili tisak redizajniranog plana grada Umaga budući da nismo uspjeli dobiti tražene podatke o ugostiteljskim i drugim objektima na području TZG Umag od Udruženja obrtnika Bujštine.

Ukupni iznos uloženih sredstava TZG Umag za tisak clusterskih brošura u 2013. godini iznosio je 104.442 kn. TZG Umag je za potrebe ureda (papirne galanterija) i tisak planova grada kao i mapa i vrećica destinacije dodatno utrošila 50.304 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Dorada/dopuna brošura (<i>veljača/listopad</i>)		
Priprema i tisak brošura (<i>studeni/prosinac</i>)		
Ukupni iznos	185.338 kn	182.650 kn

SIGNALIZACIJA

Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, prvi je cluster Istre kod kojega je došlo do dogovorane primjene marketinškog koncepta koji se oslanja na promociju clustera, definiranjem krovnog branda i zajedničkih vizuala turističkih zajednica i hotelijerskih poduzeća.

Brand clustera koncipiran je na način da se unutar istog svi sudionici marketinga turističkog clustera mogu prezentirati na postojan način, te je želja da u skoroj budućnosti i ostali sudionici koji čine turistički proizvod clustera koriste elemente novog branda.

Trošak TZG Umag u realizaciji info tabli (cestovne signalizacije i panoa dobrodošlice) odnosno smeđe signalizacije je u 2013. godini iznosio 18.175 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Zamjena oštećenih tabli cestovne sig. (<i>siječanj/ožujak</i>)		
Zamjena oštećenih tabli smeđe sig. (<i>siječanj/svibanj</i>)		
Ukupni iznos	18.200 kn	18.175 kn

4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U modelima oglašavanja u 2013. godini (model I., II. i IV.), TZIŽ je bila ključna karika koje je objedinjavala interes javnog i privatnog sektora pojedinih destinacija naše regije, posebice prema domaćim i stranim organizatorima putovanja. Sukladno navednom Turistička zajednica Istarske županije je i u 2013. godini, kao i u proteklom godinama, koordinirala procesom objedinjavanja javnog i privatnog sektora u kandidiranju promotivnih kampanja s HTZ-om.

Turistička zajednica Grada Umaga sudjelovala je u sufinanciranju oglašavanja prema navedenim modelima u iznosu od 453.920 kn kako je to definirano Strateškim marketing planom čiji je potpisnik.

Mimo udruženog oglašavanja na nivou TZIŽ, Turistička zajednica Grada Umaga je kooperativno s turističkim tvrtkama i turističkim agencijama u Modelu I, i Modelu IV. sukladno predloženom Media planu za 2013. godinu, uložila 1.063.582 kn u oglašavanje specifične turističke ponude (kampovi i kongresi) i evenata (ATP) na pojedinim emitivnim tržištima.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji oglašivačkih kampanja (<i>siječanj/prosinac</i>)		
Ukupni iznos	1.553.922 kn	1.517.502 kn

4.4 Oglašavanje - ostalo

TZG Umag je radi što boljeg informiranja lokalne zajednice o provedbi zacrtanih aktivnosti/projekta/evenata na nivou destinacije Umag sklopila ugovore s lokalnim medijima u kojima je prezentirala navedeno. Osim toga, TZG Umag je u 2013. godini

sklopila Ugovor o promociji destinacije Umag kroz isticanje logotipa destinacije na balonu s vrućim zrakom s Balon klubom Zagreb. Trošak TZG Umag u ovoj stavci oglašavanja je 228.022 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s lokalnim medijima na realizaciji oglašivačkih kampanja aktivnosti/projekta/eventa destinacije (siječanj/prosinac)		
Ukupni iznos	232.000 kn	228.022 kn

5. Distribucija i prodaja vrijednosti

5.1 Sajmovi i prezentacije

Promidžbene materijale Turistička zajednica grada Umaga nije slala na sajmove na kojima je bila prisutna Hrvatska turistička zajednica i Turistička zajednica Istarske županije jer se u promo materijalima navedenih institucija nalaze i općeniti podaci o destinaciji Umag. Turistička zajednica grada Umaga je sukladno usvojenim aktivnostima po pojedinim proizvodima u Marketing planu clustera za 2013. godinu na specijalizirane sajmove (kampovi, bike, wellness, gourmet) dostavljala promo materijale preko predstavnika clustera koji su odlazili na navedene sajmove na nama bližim i zanimljivim tržištima (Italija, Austrija, Slovenija i Njemačka).

Kako smo već ranije istakli, suradnja svih relevantnih turističkih čimbenika na području Umaga je neophodna, pa je u tom smislu i Turistička zajednica Grada Umaga sudjelovala na slijedećim sajmovima i prezentacijama:

- Umag Tennis Academy (Shenzen)
- Bike, tenis, nogomet, wellness, gourmet (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP clustera 2013)

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umag utrošila na prezentacije u 2013. godini iznosi 34.652 kn. Prezentacije u segmentima bike, tenis, nogomet, wellness i gourmet realizirale su se u okviru i veličinama navedenim u Marketing planu clustera za 2013. godinu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji prezentacija – Barcolana, Beograd (kolovoz/listopad)		

Ukupni iznos	35.000 kn	34.652 kn
---------------------	------------------	------------------

5.2 Studijska putovanja

Turistička zajednica Grada Umaga je u suradnji s TZIŽ i Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice sudjelovala u planiranju, organizaciji i realizaciji studijskih putovanja predstavnika inozemnih turoperatora i agencija (rusko, njemačko i englesko tržište) koji prodaju kapacitete u Istri/Umagu, ali i u dovođenju specijaliziranih novinara s glavnih emitivnih tržišta.

Edukacijska putovanja agenata u suradnji sa stranim turoperatorima omogućavaju bolji, kvalitetniji i detaljniji uvid u turističku ponudu Istre/Umaga usmjerene su na postizanje što većeg dosega prema putničkim agencijama koje svoje klijente mogu usmjeravati na naše odredište. Kontinuirana komunikacija s istima od velike je važnosti za izgradnju efikasne prodajne mreže u vidu organiziranih dolazaka gostiju.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Studijska putovanja prodajnih agenta TA/TO u destinaciju Umag/Istru (siječanj/svibanj)		
Ukupni iznos	22.000 kn	21.537 kn

6. Interni marketing

6.1 Edukacija

Tijekom posljednjih nekoliko godina sustavno se provodi educiranje zaposlenika Turističke zajednice Istre i djelatnika sustava turističkih zajednica gradova, općina i mjesta. Iznimno se važnim smatraju vještine efikasnog vođenja projekata za koje je svaki od djelatnika odgovoran, kao i povećanje svijesti o prednostima timskog rada. Poseban se naglasak stavlja na razumijevanje procesa i trendova svjetskog turizma. Sukladno tome u 2013. godinu realizirane su sljedeće aktivnosti:

- Benchmark putovanje
- Seminari vezani uz DMM i razvoj proizvoda
- Nabavka stručne literature

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
-------------------	------------------	------------------

Edukacija djelatnika

(kontinuirano)

Seminari

(kontinuirano)

Benchmark putovanje

(listopad)

Ukupni iznos	40.000 kn	27.014 kn
---------------------	------------------	------------------

6.2 Koordinacija članova TZ-a

Tijekom 2013. godine održane su 3 (tri) koordinacije članova odbora clustera u cilju praćenja realizacije Marketing plana clustera za 2013. godinu te veći broj koordinacije direktora clustera TZ-a sukladno ukazanim potrebama. Sastanci su bili vezani i uz jačanje partnerstva privatno-javnog sektora kao i usklađivanju jedinstvene strategije oko pripreme, organizacije i provođenja Marketinškog plana clustera za tekuću godinu.

Koordinacije su se provodile s namjerom postizanja konsenzusa oko ključnih dokumenata potrebnih za normalno odvijanje poslovanja, ali i pronalaženje najboljih oblika suradnje i postizanja učinaka racionalnosti poslovanja.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Sastanci Odbora clustera <i>(siječanj, svibanj, prosinac)</i>		
Koordinacija direktora LTZ-a <i>(srpanj)</i>		
Sastanci direktora TZ-a clustera <i>(kontinuirano)</i>		
Ukupni iznos	13.000 kn	11.329 kn

7. Marketinška infrastruktura

7.1 Istraživanje tržišta

S namjerom provjere provedbe projekta/eventa u segmentu gourmeta (Dani istarskih šparoga) na nivou clustera angažirana je agencija Heraklea koja je realizirala projekt Mystery guest-a sukladno inputima projektnog tima gourmeta clustera. Nakon izvršene analize dobivenih rezultata, isti su prezentirani svim

ugostiteljima/partnerima u projektu Dani istarskih šparoga u 2013. godini. U navedenu svrhu TZG Umag je izdvojio 13.068 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Dogovor s agencijom za projekt Mystery guest (siječanj/veljača)		
Provedba projekta Mystery guest (travanj/svibanj)		
Prezentacija rezultata (lipanj)		
Ukupni iznos	13.100 kn	13.068 kn

7.2 Baza fotografija i filmova

Turistička zajednica grada Umaga je izvršila pregled postojećih fotografija i izabrala one koje svojom kvalitetom mogu zadovoljiti kriterije i standarde tražene prilikom izrade odnosno dizajna novih image brošura, te i stavila na korištenje svim zainteresiranim na portal www.coloursofistria.com.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou clustera za izradu baze fotografija i video filmova u 2013. godini iznosio je 40.000 kn. TZG Umag je mimo navedene baze na nivou clustera izdvojila 11.000 kn za snimanje evenata u destinacije Umag.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Fotografiranje i snimanje (travanj, svibanj, lipanj, prosinac)		
Ukupni iznos	13.653 kn	11.000 kn

8. Posebni programi

8.1 Sufinanciranje TD Lovrečica i TD Savudrija

Turistička zajednica Grada Umaga financirala je realizaciju aktivnosti odnosno manifestacija Turističkih društava Lovrečice i Savudrije sukladno Programu rada i pripadajućem finacijskom planu za 2013. godinu svakog pojedinog Turističkog društva. Osim navedenog, TZG Umag sudjeluje u realizaciji marketinških aktivnosti u cilju kvalitetne promocije navedenih manifestacija. TZG Umag je sufinancirala TD

Lovrečicu u 2013. godini iznosu od 90.080 kn, dok je udio sufinanciranja TD Savudrija bio 90.408 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Provođenje aktivnosti/manifestacija (travanj, svibanj, lipanj, srpanj, kolovoz, rujan, listopad, studeni)		
Ukupni iznos	190.000 kn	180.488 kn

8.2 Strukturni fondovi

Zbog namjere TZG Umag da prijavi projekte na natječaje/javne pozive MINT i MRRFEU za formiranje baze projekta za prijavu na strukturne fondove EU, a koji projekti su vezani uz unapređenje turističke infrastrukture u proizvodima na kojima gradi svoju konkurentnost na turističkom tržištu (nogomet, tenis, bike, wellness, gourmet), angažirana je konzultantska tvrtka koja daje usluge savjetovanja u izradi potrebne projektne dokumentacije za prijavu. Ukupno angažirana sredstava za financiranja usluga konzultantske tvrtke iznose 21.875 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Priprema potrebne dokumentacije i prijava objekta (siječanj/svibanj)		
Ukupni iznos	22.000 kn	21.875 kn

9. Ostalo

9.1 Zdravstvo - HMP

Sukladno Ugovoru o nabavci vozila HMP koji je 2009. godine potpisala TZG Umag, obveza sufinanciranja navedenog vozila od strane TZG Umaga traje do kraja 2013. godine. U tom smislu u Programu rada i financijskom planu TZG Umag za 2013. godinu utrošeno je 57.025 kn.

10. Transfer boravišne pristojbe Gradu

Na temelju članka 20. Stavak 3. Zakona o boravišnoj pristojbi (Narodne novine br. 152/2008) i Odluke Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Umaga donesene 13. kolovoza 2013., Grad Umag i Turistička zajednica Grada Umaga su djelomično

izmijenili Program korištenja 30% sredstava boravišne pristojbe u 2013. godini jer je jedna od odrednica razvoja turističke ponude Grada Umaga realizacija velikih evenata čija organizacija iziskuju sufinanciranje svih dionika u destinaciji. Sukladno navedenom 30% sredstava boravišne pristojbe predstavljaju prihod proračuna Grada Umaga i koristit će se za poboljšanje turističke ponude uređenjem najfrekventnijih umaških plaža, ali i za sufinanciranje programskih aktivnosti TZG Umag odnosno realizaciju projekata od važnosti za destinaciju Umag.

UREĐENJE DESTINACIJE

Uloga Grada Umaga, u smislu jedinice lokalne samouprave i nositelja ukupnog turističkog razvoja Grada kao visoko kvalitetne turističke destinacije izuzetno je značajna. Dakle, ovdje ne govorimo samo o komunalnom i hortikulturnom uređenju destinacije već o promišljanju turizma uopće.

Što se pak tiče samog komunalnog i hortikulturnog uređenja izuzetno je bitno da repozicioniranje mjesta Umaga u destinaciju visoke kvalitete smještaja i sadržaja i vrlo visoke ekološke svijesti kvalitativno prati i razvoj komunalne infrastrukture i hortikulturnog uređenja cijele destinacije. S tim u vezi na području destinacije Umag realizirane su slijedeće aktivnosti:

- Pristupilo se uređenju/čišćenju kolnih prilaza gradu iz pravca Novigrada, Buja i Marije na Krasu
- Uredilo se reciklažno dvorište kako bi se omogućilo sustavno rješavanje problema prikupljanja otpada/smeća
- Nastavilo s uređenjem plaža/obaloutvrđivanje u destinaciji Umag
- Realizirana izgradnja kružnih tokova radi osiguranja veće protočnosti prometa
- Realizirana je izgradnja rampi koje omogućavaju pristup osobama s tjelesnim invaliditetom

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Uređenje destinacije Umag (kontinuirano)		
Ukupni iznos	1.931.068 kn	1.931.119 kn

FINANCIJSKI PLAN - ostvarenje 01.01.-31.12.2013. god

Rd.broj	PRIHODI	Plan 2013	Ostvarenje 2013	IDX	Struktura
		P3	01.01.-31.12.	Ostv./P3, 2013	ostv.2013
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	6.282.661	6.279.730	100	67,71
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	1.444.547	1.581.537	109	17,05
3.	PRIHODI IZ PRORAČUNA	300.000	312.750	104	3,37
3.2.	za programske aktivnosti	300.000	312.750	104	100,00
3.1.	za funkcioniranje turističkog ureda	0	0	#DIV/0!	0,00
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	484.880	495.066	102	5,34
4.1.	Istraturist	44.880	54.560	122	11,02
4.1.1.	TIC Savudrija	44.880	41.250	92	
4.1.2.	sufinanciranje projekata	0	13.310	#DIV/0!	
4.2.	HTZ	160.000	164.943	103	33,32
4.2.1.	nautika	80.000	84.943	106	
4.2.2.	potpora manifestacija	80.000	80.000	100	
4.3.	TZIZ	280.000	275.563	98	55,66
4.3.1.	nautika	270.000	265.563	98	
4.3.2.	megaprojekti	10.000	10.000	100	
4.4.	Odjel za turizam IŽ	0	0	#DIV/0!	0,00
4.5.	IRTA	0	0	#DIV/0!	0,00
5.	PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETH.GODINE	600.765	600.765	100	6,48
6.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	5.000	4.320	86	0,05
	UKUPNO PRIHODI:	9.117.853	9.274.168	102	100,00
Rd.broj	RASHODI	Plan 2013	Ostvarenje 2013	IDX	Struktura
		P3	01.01.-31.12.	Ostv./P3, 2013	ostv.2013
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.703.180	1.570.225	92	17,77
1.1.	RASHODI ZA RADNIKE	1.171.300	1.091.763	93	69,53
1.1.1.	Bruto OD	1.085.000	1.012.306	93	92,72
1.1.1.1.	ured	400.000	380.773	95	
1.1.1.2.	TIC Umag	300.000	259.578	87	
1.1.1.3.	TIC Savudrija	295.000	287.012	97	
1.1.1.4.	LI Umag, HTZ	90.000	84.943	94	
1.1.2.	Putni troškovi	31.000	29.100	94	2,67
1.1.2.1.	Umag	21.000	21.702	103	
1.1.2.2.	TIC Savudrija	10.000	7.398	74	
1.1.3.	Dnevnice	8.300	5.352	64	0,49
1.1.3.1.	Umag	3.000	1.557	52	
1.1.3.2.	TIC Savudrija	5.300	3.795	72	
1.1.4.	Regresi, Božićnice	37.000	35.562	96	3,26
1.1.4.1.	Umag	24.000	21.518	90	
1.1.4.2.	TIC Savudrija	13.000	14.044	108	
1.1.5.	Osiguranje	10.000	9.443	94	0,86
1.1.5.1.	Umag	6.200	5.643	91	
1.1.5.2.	TIC Savudrija	3.800	3.800	100	
1.2.	RASHODI UREDA	486.880	455.563	94	29,01
1.2.1.	Rashodi ureda	386.000	358.124	93	78,61
1.2.1.1.	Potrošni uredski materijal i mat za čišćenje	27.000	20.393	76	
1.2.1.1.1.	potrošni uredski materijal	24.000	19.043	79	
1.2.1.1.2.	materijal za čišćenje	3.000	1.350	45	
1.2.1.2.	Struja, voda, komunalije i sl.	28.000	24.131	86	
1.2.1.2.1.	struja	21.000	18.790	89	
1.2.1.2.2.	voda	2.000	949	47	
1.2.1.2.3.	komunalije	5.000	4.391	88	
1.2.1.3.	Usluge HT i HP, FINA, Banke	48.000	42.249	88	
1.2.1.3.1.	telefon	28.000	25.173	90	
1.2.1.3.2.	HP	10.000	6.367	64	
1.2.1.3.3.	banke	10.000	10.709	107	
1.2.1.4.	Stručna literatura i tisak	6.000	8.148	136	
1.2.1.5.	Održavanje voznog parka	32.000	35.883	112	
1.2.1.5.1.	Umag	27.000	32.114	119	
1.2.1.5.2.	TIC Savudrija	5.000	3.769	75	
1.2.1.6.	Gorivo	31.000	32.372	104	
1.2.1.6.1.	Umag	23.000	22.352	97	
1.2.1.6.2.	TIC Savudrija	8.000	10.020	125	
1.2.1.7.	Reprezentacije i troškovi sjednica	45.000	45.361	101	
1.2.1.8.	Nabava opreme i održavanje	45.000	41.298	92	
1.2.1.8.1.	nabava opreme	9.000	5.504	61	

1.2.1.8.2	održavanje opreme	36.000	35.794	99	
1.2.1.9	Premije osiguranja	21.000	21.734	103	
1.2.1.10	Usluge knjigovodstva	43.000	42.625	99	
1.2.1.11	Otplata kredita	45.000	33.313	74	
1.2.1.11.1	leasing auto	45.000	33.313	74	
1.2.1.11.2	priprema sezone	0	0	#DIV/0!	
1.2.1.12	Pravne usluge	5.000	1.250	25	
1.2.1.13	Troškovi naplate BP	10.000	9.368	94	
1.2.2.	Rashodi TIC Umag	15.000	21.615	144	4,74
1.2.2.1	Nabava opreme	9.000	9.816	109	
1.2.2.2	Uređenje info-punkta	6.000	11.799	197	
1.2.3.	Rashodi TIC Savudrija	85.880	75.823	88	16,64
1.2.3.1	Potrošni materijal	10.000	8.802	88	
1.2.3.2	Telefon, struja, voda, najam prostora	60.880	59.500	98	
1.2.3.2.1	telefon	13.000	14.500	112	
1.2.3.2.2	struja	2.000	0	0	
1.2.3.2.3	voda	1.000	0	0	
1.2.3.2.4	najam prostora	44.880	45.000	100	
1.2.3.3	Nabava opreme	8.000	3.629	45	
1.2.3.4	Uređenje info-punkta	7.000	3.892	56	
1.3.	RASHODI ZA RAD TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	45.000	22.900	51	1,46
1.3.1	Turističko vijeće	40.000	17.204	43	
1.3.2	Nadzorni odbor	5.000	5.696	114	
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.738.037	2.670.164	98	30,22
2.1	POTPORE MANIFESTACIJAMA	2.054.609	2.026.506	99	75,89
2.1.1	Zabavne	849.000	867.923	102	42,83
2.1.1.1	Cluster	526.000	529.381	101	
2.1.1.1.1	Motobike susreti Umag	40.000	40.000	100	
2.1.1.1.2	Mega koncerti	291.000	290.596	100	
2.1.1.1.3	Adria Music Conference/Umagination	75.000	75.000	100	
2.1.1.1.4	UmaGOblues	20.000	23.785	119	
2.1.1.1.5	San Pellegrino Open Beach Festival	0	0	#DIV/0!	
2.1.1.1.6	Ideja X	0	0	#DIV/0!	
2.1.1.1.9	Microsoft Wlndays13	100.000	100.000	100	
2.1.1.2	TZG Umag	323.000	338.542	105	
2.1.1.2.1	ACR Musifest	40.000	40.000	100	
2.1.1.2.2	Umagoland	0	0	#DIV/0!	
2.1.1.2.3	Umagični blagdani	170.000	185.903	109	
2.1.1.2.4	Umag Fashion Night	0	0	#DIV/0!	
2.1.1.2.5	U srcu ljeta	50.000	50.000	100	
2.1.1.2.6	Umagfloria	30.000	30.000	100	
2.1.1.2.10	Međunarodni Old Timer Rally	5.000	5.000	100	
2.1.1.2.11	Festival plesa i rekreacije - ZUMBA	0	0	#DIV/0!	
2.1.1.2.13	Ostale zabavne manifestacije	28.000	27.639	99	
2.1.2	Kulturne	173.000	170.381	98	8,41
2.1.2.1	Cluster	115.000	115.000	100	
2.1.2.1.1	Zlatni lav	65.000	65.000	100	
2.1.2.1.2	Organum Histriae	0	0	#DIV/0!	
2.1.2.1.3	Dani Antike	50.000	50.000	100	
2.1.2.1.4	Ex tempore (Umag, Grožnjan, Novigrad)	0	0	#DIV/0!	
2.1.2.1.5	Istria Inspirit	0	0	#DIV/0!	
2.1.2.2	TZG Umag	58.000	55.381	95	
2.1.2.2.1	Dan zaštitnika grada - Sv.Pelegrin	30.000	30.000	100	
2.1.2.2.2	Znanstveni skup Tomizza	10.000	10.000	100	
2.1.2.2.3	Galerija Marin (izložbe)	5.000	5.000	100	
2.1.2.2.9	Artum - 3. Umaški salon	5.000	5.000	100	
2.1.2.2.15	Ostale kulturne manifestacije	8.000	5.381	67	
2.1.3	Sportske	788.609	755.779	96	37,29
2.1.3.1	Cluster	680.609	655.739	96	
2.1.3.1.1	Tenis events	229.609	222.618	97	
2.1.3.1.1.1	ATP Vegeta Croatia Open Umag	26.600	19.609	74	
2.1.3.1.1.1.1	sponzorstvo	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.1.1.2	karte	16.600	16.600	100	
2.1.3.1.1.1.3	uređenje grada ATP	10.000	3.009	30	
2.1.3.1.1.2	GMP	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.1.3	World seniors champ	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.1.4	Davis Cup Hrvatska - Engleska	203.009	203.009	100	
2.1.3.1.2	Beach sports	150.000	150.000	100	
2.1.3.1.2.1	Odbojka na pijesku	100.000	100.000	100	
2.1.3.1.2.2	Rukomet na pijesku	50.000	50.000	100	
2.1.3.1.2.3	Nogomet na pijesku	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.3	Jedriličarske regate	60.000	60.000	100	
2.1.3.1.3.1	Memorijal Nerio Vok	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.3.2	Regata Umag-Monfalcone-Umag	5.000	5.000	100	
2.1.3.1.3.3	Istarska regata	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.3.4	Barcolana-Umag	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.3.5	Ravena - Umag - Ravena	15.000	15.000	100	

2.1.3.1.3.6	Mittel Europa Opti Race	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.4	Nogomet	75.000	72.360	96	
2.1.3.1.4.1	Istria Winter Cup	15.000	11.760	78	
2.1.3.1.4.2	Juventus Summer Camp	60.000	60.600	101	
2.1.3.1.5	Bike	116.000	100.761	87	
2.1.3.1.5.1	Istria Granfondo	76.000	60.488	80	
2.1.3.1.5.2	Istarsko proljeće	20.000	20.180	101	
2.1.3.1.5.3	Trofej Umag	20.000	20.094	100	
2.1.3.1.6	Golf	50.000	50.000	100	
2.1.3.1.6.1	UNICEF golf turnir	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.6.2	Vinistra Golf Cup	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.6.3	Internacionalno seniorsko prvenstvo HR	13.000	13.000	100	
2.1.3.1.6.4	Golf turnir Umag	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.6.5	Sweet Ladies Golf Turnir	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.6.6	Šparugada Open	17.000	17.000	100	
2.1.3.2	TZG Umag	108.000	100.040	93	
2.1.3.2.1	Malonogometni turnir Umag	0	3.030	#DIV/0!	
2.1.3.2.2	Kup Istre rukomet	5.000	0	0	
2.1.3.2.3	Car race - Šaškin	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.2.4	2.street race Umag 2012	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.2.5	Umag sports - sajam sporta	50.000	50.206	100	
2.1.3.2.6	Ostale sportske manifestacije	15.000	9.000	60	
2.1.3.2.7	Brtonigla Adventure Trekk	5.000	5.000	100	
2.1.3.2.8	B4U	33.000	32.804	99	
2.1.4	Gourmet	216.000	208.149	96	10,27
2.1.4.1	Cluster	125.000	120.000	96	
2.1.4.1.1	IAGI	50.000	50.000	100	
2.1.4.1.2	Conpasta	30.000	30.000	100	
2.1.4.1.3	Dani gljiva - Smrčkijada	30.000	30.000	100	
2.1.4.1.4	9.smotra maslinovih ulja (Oleum Olivarum)	10.000	10.000	100	
2.1.4.1.5	Dani vina - Otvorena vrata vinskih podruma	5.000	0	0	
2.1.4.1.6	WPC - World Pastrycook Competition	0	0	#DIV/0!	
2.1.4.2	TZG Umag	91.000	88.149	97	
2.1.4.2.1	Dani rajčice	66.000	62.515	95	
2.1.4.2.3	Putevima vina	15.000	15.135	101	
2.1.4.2.4	Ostale gourmet manifestacije	10.000	10.499	105	
2.1.5	Ekološke	8.000	7.824	98	0,39
2.1.5.1	TZG Umag	8.000	7.824	98	
2.1.5.1.1	Neka moja Istra blista	8.000	7.824	98	
2.1.6	Ostalo	20.000	16.449	82	0,81
2.1.6.1	TZG Umag	20.000	16.449	82	
2.2	POTPORA RAZVOJU DMO	30.000	30.000	100	1,12
2.2.1	Udruga privatnih iznajmljivača	30.000	30.000	100	
2.2.2	Udruga turističkih vodiča - Upoznajmo Umag	0	0	#DIV/0!	
2.3	POTPORA RAZVOJU DMK	10.000	5.967	60	0,22
2.3.1	Seminari u suradnji s TZIŽ	10.000	5.967	60	
2.4	RAZVOJ PROIZVODA	643.428	607.691	94	22,76
2.4.1	Cluster	643.428	607.691	94	
2.4.1.1	Nogomet	57.611	55.050	96	
2.4.1.2	Tenis	76.066	67.927	89	
2.4.1.3	Wellness	96.486	82.550	86	
2.4.1.4	Bike	274.265	263.790	96	
2.4.1.4.1	bike proizvod	108.265	101.849	94	
2.4.1.4.2	bike signalizacija	60.000	55.941	93	
2.4.1.4.3	održavanje staza	6.000	6.000	100	
2.4.1.4.4	Park&ride	100.000	100.000	100	
2.4.1.5	Gourmet	139.000	138.374	100	
2.4.1.5.1	gourmet proizvod	129.000	128.999	100	
2.4.1.5.2	vina sjeverozapadne Istre	10.000	9.375	94	
2.4.2	TZG Umag	0	0	#DIV/0!	
2.4.2.1	Tabula viva	0	0	#DIV/0!	
2.4.2.2	Pješačke staze	0	0	#DIV/0!	
3.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	2.323.033	2.286.101	98	25,87
3.1	ONLINE KOMUNIKACIJA	252.099	256.959	102	11,24
3.1.1	INTERENET STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE	252.099	256.959	102	
3.1.1.1	TZIŽ	23.130	28.912	125	
3.1.1.2	Istra D.M.C.	228.969	228.047	100	
3.1.2	SEO strategija	0	0	#DIV/0!	
3.1.2.1	TZIŽ	0	0	#DIV/0!	
3.1.2.2	Istra D.M.C.	0	0	#DIV/0!	
3.1.3	DESTINACIJSKI INFO I PRODAJNI CENTAR	0	0	#DIV/0!	
3.1.3.1	TZIŽ	0	0	#DIV/0!	
3.2	OFFLINE KOMUNIKACIJA	285.012	283.618	100	12,41
3.2.1	PR AKTIVNOSTI - ODNOSI S JAVNOŠĆU	28.674	32.462	113	
3.2.1.1	TZIŽ	8.674	14.596	168	
3.2.1.2	TZG Umag	20.000	17.866	89	

3.2.2	BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL	185.338	182.650	99	
3.2.2.1	TZIŽ	20.238	27.905	138	
3.2.2.1.1	Image brošure	2.891	5.782	200	
3.2.2.1.2	Brošure po proizvodima	17.347	20.239	117	
3.2.2.1.3	Arhinet	0	1.884	#DIV/0!	
3.2.2.1.4	Vizualni identitet	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2	Cluster	108.000	104.442	97	
3.2.2.2.1	Image katalog	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.1.1	foto	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.1.2	dizajn	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.1.3	prijevodi	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.1.4	tisak	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.2	Gourmet vodiči	6.000	5.606	93	
3.2.2.2.2.1	dizajn	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.2.2	prijevodi	6.000	5.156	86	
3.2.2.2.2.3	tisak	0	450	#DIV/0!	
3.2.2.2.3	Bike vodiči	52.000	48.950	94	
3.2.2.2.3.1	dizajn	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.3.2	prijevodi	2.000	0	0	
3.2.2.2.3.3	tisak	50.000	48.950	98	
3.2.2.2.4	Mape i vrećice	7.000	6.998	100	
3.2.2.2.5	Kalendar događanja	43.000	42.888	100	
3.2.2.2.5.1	prijevodi	6.000	6.730	112	
3.2.2.2.5.2	tisak	37.000	36.158	98	
3.2.2.2.6	Turistički list sjeverozapadne Istre	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.3	TZG Umag	57.100	50.304	88	
3.2.2.3.1	Plan grada Umaga	31.100	30.795	99	
3.2.2.3.1.1	dizajn	3.100	3.045	98	
3.2.2.3.1.2	prijevodi	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.3.1.3	tisak	28.000	27.750	99	
3.2.2.3.2	Mape i vrećice	13.000	13.500	104	
3.2.2.3.3	Razno (memo, vizitke, kuverte i dr.)	10.000	3.009	30	
3.2.2.3.4	Distribucija promo materijala	3.000	3.000	100	
3.2.3	SUVENIRI	50.000	50.330	101	
3.2.3.1	Poslovni partneri - pokloni	20.000	25.247	126	
3.2.3.2	Suvenir	30.000	25.084	84	
3.2.4	INFO TABLE	18.200	18.175	100	
3.2.4.1	Cestovna signalizacija	13.700	13.675	100	
3.2.4.2	Panoi dobrodošlice	4.500	4.500	100	
3.2.5	SMEĐA SIGNALIZACIJA	2.800	0	0	
3.3	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	1.553.922	1.517.502	98	66,38
3.3.1	MODEL I.	259.017	233.802	90	
3.3.1.1	TZIŽ	159.017	170.220	107	
3.3.1.2	Istra D.M.C.	0	0	#DIV/0!	
3.3.1.3	Kempinski Adriatic Hotel	15.000	15.000	100	
3.3.1.4	Istraturist/Sol Melia'	35.000	0	0	
3.3.1.5	Plain Air	50.000	48.582	97	
3.3.1.6	Ostalo	0	0	#DIV/0!	
3.3.2	MODEL II.	179.256	170.220	95	
3.3.2.1	TZIŽ	179.256	170.220	95	
3.3.3	MODEL IV.	1.115.649	1.113.480	100	
3.3.3.1	TZIŽ	115.649	113.480	98	
3.3.3.2	Istraturist d.d.	1.000.000	1.000.000	100	
3.3.4	MODEL V.	0	0	#DIV/0!	
3.3.4.1	TZIŽ	0	0	#DIV/0!	
3.3.5	MODEL VI	0	0	#DIV/0!	
3.3.5.1	TZIŽ	0	0	#DIV/0!	
3.3.6	MODEL VII	0	0	#DIV/0!	
3.3.6.1	TZIŽ	0	0	#DIV/0!	
3.4	OGLAŠAVANJE	232.000	228.022	98	9,97
3.4.1	Bujština	5.000	5.885	118	
3.4.2	Radio Eurostar	50.000	50.000	100	
3.4.3	TV Istra	55.000	54.740	100	
3.4.4	B2	20.000	19.602	98	
3.4.5	Balon Umag	80.000	80.000	100	
3.4.6	Ostalo	22.000	17.795	81	
			0	#DIV/0!	
4.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	57.000	56.189	99	0,64
4.1	SAJMOVI	0	0	#DIV/0!	0,00
4.2	STUDIJSKA PUTOVANJA	22.000	21.537	98	38,33
4.3	PREZENTACIJE	35.000	34.652	99	61,67
4.3.1	Barcolana	0	0	#DIV/0!	
4.3.2	Ostalo	35.000	34.652	99	
5.	INTERNI MARKETING	53.000	38.343	72	0,43
5.1	EDUKACIJA	40.000	27.014	68	70,45
5.2	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	13.000	11.329	87	29,55
5.2.1	Cluster Bord	3.000	2.752	92	

5.2.2	Direktori LTZ-a	7.000	5.532	79	
5.2.3	Članovi TZ-a	3.000	3.045	102	
6.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	26.753	24.068	90	0,27
6.1	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	0	0	#DIV/0!	0,00
6.2	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	13.100	13.068	100	54,30
6.2.1	Mystery guest	13.100	13.068	100	
6.2.2	Ostalo	0	0	#DIV/0!	
6.3	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	0	0	#DIV/0!	0,00
6.4	SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA	0	0	#DIV/0!	0,00
6.5	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	13.653	11.000	81	45,70
6.5.1	TZIŽ	2.891	0	0	
6.5.2	TZG Umag	10.762	11.000	102	
7.	POSEBNI PROGRAMI	217.782	202.363	93	2,29
7.1	TZIŽ - SMP 2014-18	5.782	0	0	0,00
7.2	Sufinanciranje TD Lovrečica	90.000	90.080	100	44,51
7.3	Sufinanciranje TD Savudrija	100.000	90.408	90	44,68
7.4	Strukturni fondovi MINT	22.000	21.875	99	10,81
8.	OSTALO	68.000	57.144	84	0,65
8.1	Zdravstvo - HMP	58.000	57.025	98	99,79
8.2	Sanacija oštećenja u zgradi TZG Umag	10.000	119	1	0,21
8.3	Amortizacija	0	0	#DIV/0!	
8.4	Neotpisana vrijednost prod. i rashodovane imovine	0	0	#DIV/0!	
9.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.931.068	1.931.119	100	21,86
9.1	Transfer Gradu 2012	46.270	46.270	100	2,40
9.2	Transfer Gradu 2013	1.884.798	1.884.849	100	97,60
10.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	#DIV/0!	0,00
	UKUPNO RASHODI	9.117.853	8.835.716	97	100,00
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU	0	438.452		