



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA UMAGA

Izvešće o realizaciji Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2014. godinu sa Financijskim izvješćem

Umag, ožujak 2015.



SADRŽAJ

Uvod

Trendovi na svjetskom turističkom tržištu

Turistički promet

1. Vizija i ciljevi

1.1 Strateški ciljevi marketinške politike

1.2 Ciljevi Marketing plana u 2014. 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 Potpora razvoju DMK

3.4 Razvoj proizvoda

3.4.1. Nogomet

3.4.2 Bike

3.4.3 Tenis

3.4.4 Wellness

3.4.5 Gourmet

3.4.6 Park & ride

3.4.7 Pješačke staze

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 Proizvodnja multimedijalnih materijala
- 7.2 Istraživanje tržišta
- 7.3 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 2014.
- Prikaz uplata članarina po obveznicima plaćanja članarina u 2014. god

Uvod

Trendovi na svjetskom turističkom tržištu

U 2014. godini TZG Umag ostvarila je 2.033.534 noćenja što je 3% manje noćenja od ostvarenih u 2013. godini (2.103.247 noćenja), dok je istovremeno zabilježen pad u broju realiziranih dolazaka od 2% (u 2014 godini je ostvareno 365.979 dolazaka, dok je u 2013. godini taj broj dolazaka bio 371.776). Ovaj je pad u noćenjima prvenstveno posljedica minusa u realizaciji noćenja u srpnju 2014. godine kad TZG Umag bilježi pad od čak 13% noćenja u odnosu na srpanj 2013 godine. Razlozi ovom značajnom padu leže u činjenici izuzetno loših vremenskih prilika u srpnju, ali i daljnjem padu dolazaka s ruskog tržišta od čak 24%, a koji gosti nisu pravovremeno supstituirani gostima s drugih emitivnih tržišta. Ako pak promatramo realizaciju noćenja u periodu I-VI mjesec i XI-XII mjesec odnosno period pred i posezone u kojem dolaze do izražaja, između ostalog, i poduzete aktivnosti u razvoju proizvoda na nivou klastera (nogomet, tenis, wellnes, bike i gourmet) možemo konstatirati da je u navedenom periodu zabilježen porast broja noćenja od 3% u odnosu na 2013. godinu.

Što se tiče ostvarenih rezultata na našim tradicionalnim emitivnim turističkim tržištima nikako ne možemo biti zadovoljni s padom realiziranih noćenja na najvećem emitivnom tržištu – slovenskom od čak 5% u odnosu na prošlu 2013. godinu. Nažalost, i ove se 2014-te godine nastavlja pad na talijanskom tržištu (5%) budući da se već nekoliko zadnjih godina smanjuje broj casino gostiju u destinaciji usljed zatvaranja casino-a Solei i casino-a u hotelu Kristal. Ove negativne trendove donekle kompenzira porast realiziranih noćenja s dva emitivna tržišta, njemačkog (6%) i austrijskog (1%) koji porast bilježe uglavnom u terminima pred i po sezone u segmentima bike, nogometa, tenisa, te općenito aktivnog odmora, ali i porast realiziranih noćenja s slovačkog tržišta od 2%. Što se tiče domaćih gostiju oni su i ove godine u padu od 13%, 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 igre tvrtki i institucija).

U 2014. godini se nastavlja trend rasta iz 2013. godine u segmentu privatnog smještaja kod samostalnih iznajmljivača od 12% dok istovremeno agencije koje pune privatni smještaj padaju za 20% što je posljedica sve većeg samostalnog angažmana vlasnika privatnog smještaja u online prodaji vlastitih kapaciteta.

Također je potrebno naglasiti da je u porastu broj realiziranih noćenja u malim obiteljskim hotelima (14%) i poduzećima (1%) što znači da su se oni kvalitetno pripremili u 2013. godini, ali i prilagodili promjenama koje su se dešavale na emitivnim turističkim tržištima u 2014. godini.

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2014. godini:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za dva posto u odnosu na 2013. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini Klastera Sjeverozapadne Istre u 2011. godini
- Produžiti sezonu na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Umagination, Moto bike susrete, Istria Winter Cup, Istria Granfondo, Istria Bike Days, Beach games, Dane istarskih šparoga, Dane švoja, Dane jadranskih lignji, Dane školjaka, Wellness moments, Juventus summer Camp, PRO tennis camo Goran Ivanišević i sl.) koji su namijenjeni pred i posezoni
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u klasteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

u potpunosti su realizirani osim u djelu koji se odnosi na povećanja noćenja za dva posto u odnosu na 2013. o čemu je više rečeno u samom uvodu ovog Izvješća.

Turističke zajednice klastera su u 2014. godine 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 tisak svih materijala, te će se navedeni tisak s potrebnim ažuriranjima realizirati u 2015. godini (Bike i Gourmet vodiči).

Što se tiče e-marketinga realizirano je kvalitetno unapređenje centralnog turističkog web portal na razini Klastera Sjeverozapadne Istre odnosno stranice COI (www.coloursofistria.com) provedbom aktivnosti navedenih u Marketing planu klastera 2014 (SEO, društvene mreže, e-promocija, sadržaj). Cestovna signalizacija, tiskani materijali i portal su usklađeni. Snimljen je novi video s Vladimirom Miholjevićem za promociju i najavu Istra Granfonda, kao i video materijal za proizvod nogometa i wellness-a. Izrada video materijala za proizvod gourmet je pri kraju odnosno u fazi montaže. Svi se snimljeni materijali mogu pogledati na službenom web portalu klastera. Uredništvo COI intenzivno je surađivalo sa svim TZ-ima klastera.

U segmetu razvoja proizvoda u Klasteru sjeverozapadne Istre realizirane su marketinško promotivne i prodajne aktivnosti u proizvodima tenis, bike, nogomet, wellnes i gourmet. Za svaki od navednih proizvoda definirani projektni timovi su

realizirali usvojene godišnje planove aktivnosti za 2014. godinu u okviru pripadajućih im budžeta (usvojeni od strane Odbora klastera).

U segmetu organizacije evenata definirani su eventni od klasterskog 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/studenj, Dani jadranskih lignji – prosinac 2014/siječanj 2015), a sufinanciraju ih svi dionici klastera sukladno interesu.

Klaster Sjeverozapadne Istre je zajedno s još 21 destinacijom u Republici Hrvatskoj ušao u projekt Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice 'Hrvatska 365' s osnovnim ciljem aktivnijeg usmjeravanja na razvoj i promociju destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u periodima pred i po sezone.

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 klastera za 2014. godinu na specijalizirane sajmove (kampovi, bike, wellness, gourmet) dostavljala promo materijale preko predstavnika klastera 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 klastera 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, Istarsko proljeće, Trofej Umaga, Juventus Summer Camp, Istria Winter Cup, Sepomaia viva, Zlatni lav, Umagoblues, Umag Fashion Night, 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 djeluje 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 2014. godinu odnosno promjenama Programa rada i financijskog plana za 2014. godinu usvojenim na TV TZG Umag odžanom dana 25.11.2014. godine

Turistički promet

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2014. godini ostvareno je 22.274.541 noćenja odnosno 1% više noćenja nego u 2013. godini dok je istovremeno u 2014. godini realizirano 3.272.280 dolazaka ili 2% više nego 2013. godini. Udio Turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 9,13%.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2013 i 2014 godini na području TZG Umag

Zemlja	Dolazaka 2013	Dolazaka 2014	Indeks	Noćenja 2013	Noćenja 2014	Indeks
Ukupno domaći	25.158	21.518	86	97.249	85.034	87
Ukupno strani	346.608	344.461	99	2.005.998	1.948.500	97
Sveukupno	371.766	365.979	98	2.103.247	2.033.534	97

Izvor: TZG Umag - statistika

U 2014. godini TZG Umag ostvarila je 2.033.534 noćenja što je 3% manje noćenja od ostvarenih u 2013. godini (2.103.247 noćenja), dok je istovremeno zabilježen pad u broju realiziranih dolazaka od 2% (u 2014. godini je ostvareno 365.979 dolazaka, dok je u 2013. godini taj broj dolazaka bio 371.776). Ovaj je pad u noćenjima prvenstveno posljedica minusa u realizaciji noćenja u srpnju 2014. godine kad TZG Umag bilježi pad od čak 13% noćenja u odnosu na srpanj 2013. godine. Razlozi ovom značajnom padu leže u činjenici izuzetno loših vremenskih prilika u srpnju, ali i daljnjem padu

dolazaka s ruskog tržišta od čak 24%, a koji gosti nisu pravovremeno supstituirani gostima s drugih emitivnih tržišta.

Tabela 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2013. i 2014. godini na području TZG Umag

Zemlja	2013	%	2014	%	Indeks
Slovenija	555.245	26,40	526.554	25,89	95
Njemačka	404.091	19,21	428.447	21,07	106
Austrija	300.474	14,29	304.903	14,99	101
Italija	223.552	10,63	213.628	10,51	96
Hrvatska	97.249	4,62	85.034	4,18	87
Rusija	85.783	4,08	65.096	3,20	76
Nizozemska	70.175	3,34	59.756	2,94	85
Češka	64.182	3,05	61.974	3,05	97
Poljska	48.479	2,30	45.786	2,25	94
Švicarska	36.509	1,74	35.100	1,73	96
Ostali	217.508	10,34	207.256	10,19	95
Sveukupno	2.103.247	100,00	2.033.534	100,00	97

Izvor: TZG Umag - statistika

Što se tiče ostvarenih rezultata na našim tradicionalnim emitivnim turističkim tržištima nikako ne možemo biti zadovoljni s padom realiziranih noćenja na najvećem emitivnom tržištu – slovenskom od čak 5% u odnosu na prošlu 2013. godinu. Nažalost, i ove se 2014-te godine nastavlja pad na talijanskom tržištu (5%) budući da se već nekoliko zadnjih godina smanjuje broj casino gostiju u destinaciji usljed zatvaranja casino-a Solei i casino-a u hotelu Kristal. Ove negativne trendove donekle kompenzira porast realiziranih noćenja s dva emitivna tržišta, njemačkog (6%) i austrijskog (1%) koji porast bilježe uglavnom u terminima pred i po sezone u segmentima bike, nogometa, tenisa, te općenito aktivnog odmora, ali i porast realiziranih noćenja sa slovačkog tržišta od 2%. Što se tiče domaćih gostiju oni su i ove godine u padu od 13%, 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 igre tvrtki i institucija).

Tabela 3. Ostvarenje noćenja po obveznicima plaćanja boravišne pristojbe u 2013. i 2014. godini

Naziv	2013	%	2014	%	index
Ukupno Istraturist d.d.	1.295.833	61,61	1.249.501	61,44	96
Hoteli	485.507	23,08	480.026	23,61	99
Kampovi	385.673	18,34	357.446	17,58	93
App. Naselja	345.559	16,43	334.749	16,46	97
Istrian Villas	79.094	3,76	77.280	3,80	98
Casino & Hotel Kristal Umag	1.676	0,08	0	0,00	0
Skiper hoteli*	85.252	4,05	79.990	3,93	94
Kempinski Adriatic Hotel	60.189	2,86	55.591	2,73	92
Residence Skiper -App	25.063	1,19	24.399	1,20	97
Mali obiteljski hoteli	22.351	1,06	25.586	1,26	114
Poduzeća	93.802	4,46	94.466	4,65	101
Kampovi (osim Istraturist d.d.)	85.990	4,09	77.782	3,82	90
Ukupno privatni smještaj	518.343	24,64	506.209	24,89	98
Agencije	94.010	4,47	75.565	3,72	80
Nekomercijalni (kuće i stanovi za odmor)	215.730	10,26	203.565	10,01	94
Samostalni iznajmljivači	194.691	9,26	217.457	10,69	112
Obrt	13.912	0,66	9.622	0,47	69
Sveukupno	2.103.247	100	2.033.534	100	97

Izvor: TZG Umag - statistika

U 2014. godini se nastavlja trend rasta iz 2013. godine u segmentu privatnog smještaja kod samostalnih iznajmljivača od 12% dok istovremeno agencije koje pune privatni smještaj padaju za 20% što je posljedica sve većeg samostalnog angažmana vlasnika privatnog smještaja u online prodaji vlastitih kapaciteta.

Također je potrebno naglasiti da je u porastu broj realizirani noćenja u malim obiteljskim hotelima (14%) i poduzećima (1%) što znači da su se oni kvalitetno pripremili u 2013. godini, ali i prilagodili promjenama koje su se dešavale na emitivnim turističkim tržištima u 2014. godini.

Ono što nas svakako treba zabrinjavati je pad realiziranih noćenja u apartmanskim naseljima od 3%, koji se u najvećem dijelu odnosi na smještajne kapacitete u TN Polynesia koji su vrlo niske kvalitete, ali je taj pad ove godine ostvaren i u visoko kvalitetnim smještajnim kapacitetima (Istrian Villas -2% i Residence Skiper -3%).

I u hotelskom je smještaju došlo do pada realiziranih noćenja i on iznosi 1% u hotelima Istraturist d.d. odnosno 8% u Kempinski Adriatic Hotel pri čemu je najveći pad zabilježen s ruskog emitivnog tržišta koji tradicionalno puni hotele visoke

kategorije. I u segmentu kampova je u 2014. godini zabilježen pad ostvarenih noćenja od 8%, ali su tom padu uzrok bile izuzetno nepovoljne vremenske prilike.

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 2014. 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 2014 godinu:

1. Realizacija sezone, tržišta, marketinška komunikacija:

- Povećanje fizičkog obujma prometa od 1% u odnosu na procjenu ostvarenja za 2014. godinu
- Povećanje dolazaka/noćenja u pred i posezoni
- Fokus na tržišta koja mogu dodatno popuniti kapacitete u pred i posezoni (D, A, GB, Skandinavija; vratiti Ruse i HOL)
- Povećanje fizičkog obujma prometa u Zračnoj luci Pula za 10% uz otvaranje novih zračnih linija te intenziviranje postojećih linija u pred i posezoni
- Fokus na PR aktivnosti i e-marketing, viralni marketing
- Fokus na megaevente/festivale/sport
- Unaprijeđenje proizvoda Istre, jačanje njihove pozicije na tržištu te konkurentne prednosti
- Poticanje, razvoj i specijalizacija novih proizvoda: mali obiteljski kampovi, mali hoteli, privatni B&B i poticanje kreiranja DMC subjekata

2. Transformacija sustava po DMO principu, usaglašavanje s novim zakonskim paketom, suradnja javnog i privatnog sektora

- Uspješno proveden 'tranzicijski period' - usklađenje s novim zakonskim paketom, donošenje i usklađenje s novim Master planom (strateškim marketing planom) 2015.-2020.
- Transformacija sustava TZ u sustav DMO (RMO)
- Suradnja privatni/javni sektor i stvaranje povoljne klime za nove investicije (golf, zabavni parkovi, marine, plaže)
- Priprema projekata za EU fondove i korištenje mogućnosti EU
- Poboljšanje osposobljenosti zaposlenih u turizmu
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 2014. godinu, povećanje fizičkog obujma prometa od 1% u odnosu na procjenu ostvarenja za 2014. godinu u potpunosti realiziran

1.2 Ciljevi Marketing plana klastera u 2014. godini

Marketing plan klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje za 2014. godinu dao je konkretne smjernice, set aktivnosti i projekte koji su svoje uporište imali u usvojenom modelu sustavnog destinacijskog marketinga.

Postavljeni ciljevi klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2014 godini:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za dva posto u odnosu na 2013. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje u 2013. godini
- Produžiti sezonu na ostale mjeseci u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis, gourmet i MICE) i evente (Umagination, Moto bike susrete, Istria Winter Cup, Istria Bike Days, Istria Granfondo, Festival rukometa, Tenis akademiju Gorana Ivaniševića, 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 klasteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

u potpunosti su realizirani s iznimkom povećanja noćenja za dva posto u odnosu na 2013. godinu zbog, kako je već prije navedeno, leže u činjenici izuzetno loših vremenskih prilika u srpnju, ali i značajnog pada na dva od četiri naša najveća emitivna tržišta – slovenskog (-5%) usljed velike gospodarske krize koja je još uvijek prisutna u Sloveniji i talijanskog (-5%) budući da se već nekoliko zadnjih godina smanjuje broj casino gostiju u destinaciji usljed zatvaranja casino-a Solei i casino-a u

hotelu Kristal, te pada od 24% s ruskog tržišta (u apsolutnom iznosu 20.753 noćenja), a koji gosti nisu pravovremeno supstituirani gostima s drugih emitivnih tržišta.

2. Administrativni marketing

2.1 Turistički ured

Ured Turističke zajednice grada Umaga je i u 2014. - toj godini koordinirao, organizirao i pripremao dokumentaciju za potrebe tijela zajednice - održale su se tri sjednice Skupštine TZ grada Umaga, tri sjednice Nadzornog odbora, pet sjednice Turističkog vijeća te niz koordinacija s članovima odbora klastera, direktorima LTZ-a, direktorima TZ-a klastera, 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 17,78%

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rad turističkog ureda (kontinuirano)		
Ukupni iznos	1.749.880 kn	1.624.343 kn

2.2 Rad tijela Turističke zajednice

SKUPŠTINA TZG Umag

Tijekom 2014. godine održale su se 3 (tri) 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). tri (3) sjednice Skupštine TZ Grada Umaga

- **Sjednica Skupštine 20. ožujka 2014.** - DNEVNI RED: Otvaranje izborne sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga; Izbor radnih tijela Skupštine; Izvješće Verifikacijske komisije; Ovjera zapisnika sa 10. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 23. 12. 2013. godine; Izbor 8 članova Turističkog vijeća, Izbor 2 člana Nadzornog odbora, Izbor predstavnika Zajednice u Skupštinu Turističke zajednice Istarske županije; Donošenje Izmjena i dopuna Poslovnika o radu Skupštine Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja - razno.

- **Sjednica Skupštine 02. travnja 2014.** - DNEVNI RED: Verifikacija zapisnika sa izborne sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 20. 03. 2014. Godine; Razmatranje i usvajanje Izvješća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2013. godinu; Razmatranje i usvajanje Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2013.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. 2013.; Imenovanje predstavnika u strukovnu skupinu obiteljskog smještaja i turizma; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Skupštine 18. prosinca 2014.** - DNEVNI RED: Verifikacija zapisnika sa 11. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 02. 04. 2014.; Razmatranje i usvajanje Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2015. godinu sa Financijskim planom, te donošenje Odluke o njegovom izvršenju; Razmatranje i usvajanje prijedloga Uprave „Istraturist-a“ d.d. Umag: a) za razrješenje dosadašnjih članova Skupštine i Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga, b) za izbor novih članova Skupštine i Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga; c) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije; d) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije; Tekuća pitanja.

TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag

Tijekom 2014. godine održale su se 5 (pet) 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 27. ožujka 2014.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2013. godinu; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2013. g.; Razmatranje Izvješća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2013. g., te njegovo usvajanje; Razmatranje Izvješća o radu direktora turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga u 2013., te njegovo usvajanje; Razmatranje zamolbe o prenamjeni sredstava Turističkog društva Lovrečica za 2014. godinu, te donošenje odluke; Donošenje Izmjena i dopuna Poslovnika o radu Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga; Natječaj za potpore manifestacijama HTZ; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 17. Lipnja 2014.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Informacija o ostvarenom turističkom prometu 01.01.-31.05.2014.; Razmatranje Izvješća o obavljenoj financijskoj reviziji Turističke zajednice grada Umaga za 2012. Od strane Državnog ureda za reviziju; Razmatranje i usvajanje Pravilnika o ustroju i sistematizaciji; Razmatranje i donošenje odluke vezano za prodaju službenog vozila: Tekuća pitanja: Ugovor o zakupu, Park&Ride, Tomas ljetno 2014., Juventus summer camp

- **Sjednica Turističkog vijeća 16. rujna 2014.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Izvještaj o prihodima i rashodima Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01.01.-30.06.2014.; Informacija o ostvarenom turističkom prometu 01.01.-31.08.2014.; Informacija o pilot projektu Hrvatske turističke zajednice PPS i donošenje Odluke o osnivanju destinacijskog PPS kluba; Razmatranje prijedloga Udruge „Batane salvorina“ o korištenju logotipa Coloursofistria; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 25. studeni 2014.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Utvrđivanje prijedloga Programa rada Turističke zajednice za 2015. godinu sa Financijskim planom; Razmatranje prijedlog Komisije i donošenje Odluke o dodjeljivanju priznanja i novčanih nagrada za najbolje uređeni okoliš stambenog objekta, najljepše uređeni balkon, te izlog u Umagu u 2014 godini; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 18. prosinca 2014.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Uprave „Istraturist-a“ d.d. Umag: a) za razrješenje dosadašnjih članova Skupštine i Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga, b) za izbor novih članova Skupštine i Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga; c) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije; d) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije; Tekuća pitanja.

NADZORNI ODBOR TZG Umag

Tijekom 2014. godine održale su se 3 (tri) 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 18. ožujka 2014.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Razmatranje provedbe Programa rada i Financijskog izvješća Turističke zajednice grada Umaga za 2013. godinu; Donošenje Izmjena i dopuna Poslovnika o radu Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Nadzornog odbora 29. svibnja 2014.** - DNEVNI RED: Izbor predsjednika Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga, Razmatranje skraćenog Izvješća o prihodima i rashodima Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 03. 2014.; Razmatranje Izvješća o obavljenoj financijskog reviziji Turističke zajednice grada Umaga za 2012. od strane Državnog ureda za reviziju; Tekuća pitanja.

-**Sjednica Nadzornog odbora 10. Studenog 2014.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Financijsko izvješće Zajednice za razdoblje 01.01.-30.06.2014.; Skraćeni izvještaj o prihodima i rashodima Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 1. siječnja do 30. rujna 2014.; Informacija o ostvarenom turističkom prometu u razdoblju 01.01. – 30. 09. 2014.; Tekuća pitanja.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno *
Skupština (3 sjednice)	ožujak	20.03.2014.
	travanj	02.04.2014.
	prosinac	18.12.2014.
Turističko vijeće (5 sjednica)	ožujak	27.03.2014.
	lipanj	17.06.2014.
	rujan	16.09.2014.
	studen	25.11.2014.
	prosinac	18.12.2014.
Nadzorni odbor (3 sjednice)	ožujak	18.03.2014.
	svibanj	29.05.2014.
	studen	10.11.2014.
Ukupni iznos	40.000 kn	33.819 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:

- Doprinos 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)
- Doprinos produženju turističke sezone
- Prisutnost i udio u sponzorstvu domaćih i stranih sponzora;

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

Definirane su i aktivnosti u razvoju i upravljanju klasterskim eventima:

a) definiranje klusterskih evenata (postojećih i novih)

Eventi sa jakim karizmom na nivou cjelog klastera definirani se kao klasterski event. Interes je klastera da zajednički podrži razvoj i komercijalizaciju klusterskih evenata.

b) grupiranje evenata u tematske cjeline

U cilju definiranja evenata na nivou klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, postavljanja zajedničkih kalendara te podjele aktivnosti i odgovornosti među sudionicima, eventni su primarno grupirani u pet tematskih cjelina:

- Zabava
- Kultura
- Sport i rekreacija
- Gourmet
- MICE

c) unapređenje postojećih i razvoj novih klusterskih evenata

Klaster (dionici) su usmjeravali i podržavali unapređenje postojećih i razvoj novih klusterskih 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 klusterskih evenata

Klasterski eventni bili su naglašeno promovirani putem aktivnosti marketing plana klastera te putem marketinških aktivnosti dionika klastera

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 klasterska i događanja na području TZG Umag. U klasterska događanja spadaju: Motobike susreti Umag, Mega koncerti, Microsoft WinDays 14, Umagination, UmaGOblues. Generalni je stav dionika klastera 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 klasterske projekte Turistička zajednica grada Umaga je bila suorganizator ili je pak sufinancirala slijedeća događanja na području destinacije Umag: ACR Musifest, Umagfloria, Umagični blagdani i U srcu ljeta.

Kulturne manifestacije

Kao i kod zabavnih manifestacija kulturna su događanja bila podjeljena na klasterska i ona na području TZG Umag. Trenutno su se na području klastera 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 – 4.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 klasterska događanja još spada i čitav niz teniskih GMP i ITF turnira. Osim teniskih evenata na nivou klastera realizirao se i ETB turnir u odbojci na pijesku kao i jedriličarske regate: regata Monfalcone – Umag – Monfalcone, Istarska regata, regata Memorijal Nerio Vok i Mittel Europa Opti Race. U segmentu nogometa uspješno je organiziran 4. Istria Winter Cup u veljači 2014. godine. U proizvodu bike u ožujku je realizirana cestovna utrka 11. Istarsko proljeće i 2. Umag Trophy u suradnji s BK Kamen, dok je u listopadu po treći put realizirana cestovna utrka biciklista 3. Istria Granfondo u suorganizaciji Grada Umaga i Grada Novigrada, 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 i Sparugada Open.

Nepotrebno je naglašavati koliko je promociju Gradu Umagu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj dosad donio ATP Vegeta Croatia Open – UMAG. Ovaj je turnir, koji se 2014. godine po dvadeset i peti put održao u Umagu, postao zaštitni znak Umaga i referentna točka svekolikog događanja u Umagu i široj okolici. U protekloj 2014. 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. Zahvaljući Vinistri i u 2014. godini su na Istrian Gourmet Festivalu bila predstavljena najbolja istarska vina koja su sudjelovala na izložbi vina i vinarske opreme Vinistra 2014.

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 2014. godini, čak 65 objekta se nalazi na području sjeverozapadne Istre.

U segmentu gourmeta međusobna suradnja i povezivanje Turističkih zajednica klastera došla je do izražaja u organizaciji desetih Dana istarskih šparuga, sedmih Dana švoja, trećih Dana jadranskih lignji i drugih Dana školjaka. Osim ova četiri gourmet događaja u 2014. je u terminima pred i posezone organizirano još nekoliko gourmet evenata: Smrčkijada, Oleum Olivarum, Gnam gnam Fest, ChocoFest. Neki od njih su sadržajno oplemenjeni i tako su postali motivi dolaska u klaster sjeverozapadne Istre dok drugi nisu iskoristili svoj potencijal pa su stoga izuzeti iz sufinanciranja u 2015. godini.

Tradicionalna fešta Dan rajčica je i u 2014. godini polučila veliki uspjeh okupivši na Trgu slobode cca 4.000 gostiju.

U 2014. godini prema odluci TV TZG Umag iz stavke Oglašavanje u promotivnim kampanjama, Model IV (oglašavanje evenata u destinaciji) prebačena su sredstva u iznosu od 500.000 kn za sufinanciranje projekta Taste Istra u okviru ATP Vegeta Croatia Open kako bi se TZG Umag mogla kandidirati na najtječaj HTZ za potpore manifestacijama. TZG Umag je realizirala sufinanciranje za navedeni projekt od stane HTZ-a u iznosu od 500.000 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Potpora projektima clustera (veljača/lipanj i rujan/prosinac)	zabavne: 305.000 kn	293.923 kn
	kulturne: 115.000 kn	115.000 kn
	sportske: 568.600 kn	562.566 kn
	gourmet: 1.331.018 kn	1.330.710 kn
	MICE: 100.000 kn	100.000 kn
Potpora projektima grada Umaga (travanj, svibanj, srpanj, kolovoz, rujan, prosinac)	zabavne: 269.500 kn	282.772 kn
	kulturne: 55.000 kn	55.000 kn
	sportske: 99.000 kn	79.610 kn
	gourmet: 73.904 kn	81.749 kn
	ostalo: 30.000 kn	18.308 kn
Ukupni iznos	2.873.118 kn	2.837.889 kn

3.2 Potpora razvoju DMO

Prateći aktualne trendove na međunarodnom tržištu koji su usko povezani s razvojem destinacijskog menadžmenta, novi bi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma trebao donijeti novine u upravljanju turističkom destinacijom čiji se razvoj temelji na partnerskim odnosima, poglavito javnog i privatnog sektora. Donošenjem novog Zakona trebalo bi se krenuti 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 zjedničkih 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 2014. 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 (veljača/travanj)		
Ukupni iznos	30.000 kn	30.000 kn

3.3 Potpora razvoju DMK

Prethodni Strateški marketing plan HTZ-a za razdoblje 2010.-2014. je predvidio kreiranje i razvoj sustava DMK-ova kao jedne od ključnih strategija koju je potrebno razviti. Ipak, ova aktivnost do sada nije bila implementirana. S tim u vezi u 2014. godini HTZ je dovršio proces planiranja i programiranja za kreiranje DMK-ova u 2014. godini, što je omogućilo kreiranje jedinstvenih i pamtljivih doživljaja i turističkih paketa posebnih interesa u periodima pred i post sezone na obali i u kontinentalnim destinacijama. Sukladno tome u 2014. godini izradila se lista od 10-tak kandidata odabranih za početak razvoja DMK-ova. Budući da se s projektom krenulo u drugoj polovici 2014. godine suradnja s privatnim lokalnim poslovnim subjektima te lokalnim i regionalnim TZ-ima bit će intenzivnije tijekom 2015. godine.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja HTZ, MINT, TZIŽ, JLS i privatnog sektora (<i>kontinuirano</i>)		
Ukupni iznos	5.000 kn	1.884 kn

3.4 Razvoj proizvoda

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

U cilju pozicioniranja i ostvarivanja vizije klastera, i u 2014. godini je nastavljeno s razvojem osnovnih proizvoda na kojima klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje gradi svoj lanac vrijednosti i kreira marketinške aktivnosti, a to su: nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet.

3.4.1. 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 klastera 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 segmetu infrastrukture realizirana je investicija u nogometnu infrastrukturu izgradnjom polivalentnog igrališta s umjetnom travom u Katoru. U segmentu promocije realizirana su prezentacije: 5 (4 u inozemstvu / 1 u Hrvatskoj), objavljeno je 75 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar cluster portala te je izrađen reprint materijala za IWC odnosno prezentacijske brošure za proizvod nogometa. U segmetu prodaje izvršena je standardizacija paket aranžmana (definirani elementi i struktura paketa), a realizirano je i povezivanje sa specijalistima za i nogometnim klubovima (Austrija, Njemačka, Rusija, Azerbejdžan i Turska). U 2014. godini je po četvrti put organiziran međunarodni nogometni turnir Istria Winter Cup.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj nogometa u 2014. godini iznosi 241.069 kn. Udio TZG Umag u razvoju nogometa u 2014. godini iznosi 50.975 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom nogometa na nivou klastera (kontinuirano)		
Ukupni iznos	58.000 kn	50.975 kn

3.4.2 Bike

Vizija projekta je da cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje postane atraktivan i kvalitetno organiziran biciklistički klaster 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 2014. godini u segmentu infrastrukture unaprijeđene usluge za bicikliste u objektima s oznakom Bike Hotels na području klastera (Bike expert, Bike service card, najam GPS aparata), Bike hoteli Sol Garden Istra i Maestral potvrdili oznaku Roadbike Holidays (organizacija koja udružuje i promovira birane bike hotele u Austriji, Švicarskoj, Italiji, Hrvatskoj, Španjolskoj i Njemačkoj), postavljene informativne table za bicikliste (3), a u tijeku je priprema za postavljanje dodatnih informativnih tabela duž staze (udaljenosti u km i nazivi loakcija).

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: 9 (6 u inozemstvu / 3 u Hrvatskoj), novinari u organiziranom posjetu: 13 (9 iz inozemstva 7 4 iz Hrvatske), realizirana je video i foto

produkcija proizvoda bike (teme: promo video – Istria Granfondo 2014, u tijeku montaža – Istria Granfondo 2014 i video za cestovne bicikliste), ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar cluster portala, objavljen sadržaj bike ponude sjeverozapadne Istre u specijalnom broju časopisa "Sport Activ" u Austriji, Njemačkoj, realizirani su novi materijali – letak Bike hotels Sol Garden Istra i Maestral kao i reprint bošura – Istria Bike Days, Bike eventi, a uspješno je započeta i suradnja (promotor klastera) s hrvatskim profesionalnim biciklistom Vladimirom Miholjevićem.

Osim navedenog u 2014. je održano 20 rekreativnih biciklijada i po treći put je organiziran međunarodni biciklistički maraton Istria Granfondo na kojem je u Umagu i Novigradu u dva dana bilo 750 biciklista iz 10 zemalja, drugi put je organiziran projekt Istria Bike Days (rujan / listopad), 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 uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj bike-a u 2014. godini iznosi 366.750 kn. Udio TZG Umag u razvoju bike-a je iznosio 213.958 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom bike-a na nivou klastera (kontinuirano)	108.000 kn	103.745 kn
Bike signalizacija (siječanj/prosinac)	5.000 kn	0 kn
Održavanje staza (kontinuirano)	6.000 kn	10.213 kn
Park&Ride (siječanj/prosinac)	100.000 kn	100.000 kn
Ukupni iznos	219.000 kn	213.958 kn

3.4.3 Tenis

Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje ima potencijal biti prva destinacija tenisa u Hrvatskoj. Na preko 80 moderno uređenih i održavanih tenis terena klastera 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, a potvrđena je i organizacija Svjetskog prvenstva za veterane u Umagu i Novigradu krajem rujna početkom listopada 2015. godine. U segmentu promocije realizirane prezentacije i promocije: 4 (3 u inozemstvu - Bierkfeld (Austrija), Beč

(Austrija) i 1 u Hrvatskoj, novinari u organiziranom posjetu: 7 (iz inozemstva), objavljeno 23 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 GMP i ITF turniri.

U 2013. godini započela je s radom i Umag Tennis Academy, koja je smještena 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. U 2014. godini finalizirana je investicija u tenisku infrastrukturu Umag Tennis Academy.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj tenisa u 2014. godini iznosi 230.271 kn. Udio TZG Umag u razvoju tenisa u 2014. godini je iznosio 88.853 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom tenisa na nivou klastera (kontinuirano)		
Realizacija tenis turnira (siječanj/rujan)		
Ukupni iznos	76.000 kn	88.853 kn

3.4.4 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 klastera u potpunosti zadovoljena (10.000 m² površina wellnessa, zdrav život, antistres programi).

Vizija projekta je prepoznavanje klastera 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: 4 (3 u inozemstvu Beč (Austrija); Hrvatska 365 (London i Munchen) / 1 u Hrvatskoj); dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 5 (iz inozemstva); objavljeno 45 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu; realizirana video produkcija proizvoda wellness (montaža u tijeku); realizirane pripreme za specijalizirane sajmove Wellness und Gesund Wien (Austrija), HTI Expo Split (Hrvatska); realizirana priprema reprinta prezentacijske brošure (u tijeku priprema sadržaja); realiziran tisak letaka Wellness Moments. U segmentu prodaje u tijeku je priprema tematskih paketa i komercijalizacija istih (Bike&Wellness, Gourmet&Wellness).

Osim navedenog u 2014. godini realizirana su tri eventa: Wellness moments, Welldays i Sensa vikend u Umagu.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj wellness-a u 2014. godini iznosi 268.821 kn. Udio TZG Umag u razvoju wellness-a iznosio je 95.261 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom wellness-a na nivou klastera (kontinuirano)		
Realizacija projekta Wellness moments (siječanj/ožujak)		
Ukupni iznos	96.000 kn	95.261 kn

3.4.5 Gourmet

Cilj ovog projekta je prepoznavanje klastera 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.

U segmentu promocije realizirane prezentacije i promocije: 8 (4 u inozemstvu / 5 u Hrvatskoj), dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 28 (iz inozemstva i Hrvatske), objavljeno 165 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala, realiziran je tisak promotivni materijali odnosno letci gourmet manifestacija klastera, a u tijeku je priprema sadržaja za reprint prezentacijske brošura gourmet proizvoda. U segmentu organizacije eventa ukupno je realizirano 15 eventa između kojih su se po deseti put održali Dani istarskih šparoga, sedmi put Dani švoja, treći put Dani jadranskih lignji, a drugi put su u veljači odnosno ožujku 2014. godini organizirani i Dani školjaka. U okviru Istra Experience sufinanciran je projekt prezentacije vina Sjeverozapadne Istre.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj gourmet-a u 2014. godini iznosi 300.000 kn. Udio TZG Umag u razvoju gourmet-a iznosio je 133.856 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom gourmet-a na nivou klastera (kontinuirano)		
Realizacija projekta Dana šparoga/švoja/lignji/školjki na novou clustera (siječanj/prosinac)		
Ukupni iznos	139.000 kn	133.856 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 2014. 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 2014. godini aktivnosti na području e-marketinga bile su usmjerene prvenstveno prema unapređenju centralnog web portala na razini klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje (cluster web) a sukladno zaključima sa DMM radionice iz 2010. godine i definiranom marketing planu klastera za 2014. 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 unaprijeđenjem kvalitete svoje ponude učvrstiti poziciju destinacije idealne za odmor.

Sukladno navednom u 2014. godini u razvoju e-marketinga realizirano je sljedeće:

- isporučeni e-projekti:
 - > mobilna verzija stranice

- > mobilna aplikacija
- > pojednostavljen prikaz smještaja
- ostvarena intenzivna prisutnost na društvenim mrežama sa fokusom na Facebook te je uvedena nova platforma za komunikaciju – Blog
- započet prijevod stranica na slovenski jezik (objava u Ožujku 2015.) te vršen kontinuiran rad na sadržaju (eventi/članici)
- nastavljena optimizacija stranica sa ciljem postizanja što boljeg SERP-a a sukladno SEO analizom i strategijom ključnih riječi sa ciljem
- realizirana e-promocija destinacije sukladno planu sa promocijom na društvenim mrežama te adwords i image/banner kampanjama

Aktivnosti su sufinancirane od strane dionika prema udjelima u ukupnom broju realiziranih noćenja turističkih zajednica na nivou klastera (a pripadajuće kompanije sufinanciraju "svoje" turističke zajednice). Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj e-marketinga u 2014. godini je iznosio 978.500 kn. Turistička zajednica grada Umaga je sufinancirala razvoj klaster weba u 2014. godini u iznosu od 228.403 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
<u>www.coloursofistria.com</u>		
razvoj, održavanje, upravljanje (kontinuirano)		
e-promocija (siječanj/travanj)		
SEO (siječanj/lipanj)		
e-projekti (kontinuirano)		
Ukupni iznos	229.000 kn	228.403 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 klastera nastojale su taj manjak sredstava kompenzirati i putem PR aktivnosti na nivou klastera sukladno Marketing planu klastera za 2014n godinu.

Sukladno tome, projektni timovi razvoja proizvoda klastera su u okviru svojih budgeta planirali sredstva za PR agente za hrvatsko, talijansko, njemačko i slovensko

govorno područje, te su sukladno planiranom realizirali dovođenja novinara s hrvatskog, talijanskog, njemačkog i slovenskog govornog područja koji su komunicirali razvoj pojedinačnih proizvoda i pripadajućih im eventa na emitivnim tržištima Hrvatske, Italije, Austrije, Njemačke i Slovenije. Ukupna marketinška vrijednost tih PR aktivnosti (objavljeni članci u medijima – 453 članaka u inozemstvu i Hrvatskoj) na nivou klastera iznosi 410.000 EUR.

Nadalje, dovođenjem domaćih i stranih novinara kroz sustav HTZ-a i poticanje njihova pisanja o destinacijama u klasteru, 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 2014n godini. Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umag izdvojila za dovođenje novinara iznosi 25.092 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Dovođenje novinara (kontinuirano)		
Ukupni iznos	20.193 kn	25.092 kn

BROŠURE I TISKANI MATERIJAL

Što se tiče tiskanja brošura u suradnji s TZIŽ u 2014n godini TZG Umag je sufinancirala tiskanje brošura po proizvodima i Vacation Plannera u iznosu od 25.570 kn.

Privatni smještaj u okviru projekta Domus Bonus ima značajan broj članova u destinaciji Umag stoga je TZG Umag zajedno s TZIŽ nastavila promociju postojećih smještajnih kapaciteta koji udovoljavaju traženim standardima i u 2014. godini.

Osim navednih brošura koje su se tiskale prema Marketing planu TZIŽ, TZG Umag je zajedno sa ostalim Turističkim zajednicama klastera realizirala tisak MTB i cestovnih bike karata, kalendara događanja klastera kao i vrećica klastera s novim vizualnim identitetom klastera koji je primjenjen na navedenim brošurama i u protekloj godini. U 2014. godini nije realiziran predviđeni tisak gourmet i bike vodiča jer su turističke zajednice klastera raspolagale s dovoljnom količinom tih materijala, a u tijeku je ažuriranje sadržaja navedenih brošura. Tisak gourmet i bike vodiča će se nakon izvršenih ažuriranja realizirati u 2015. godini. Osim toga u 2014. 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 uloženi sredstava TZG Umag za tisak klusterskih brošura u 2014. godini iznosio je 133.370 kn. TZG Umag je za potrebe ureda (papirne galanterija) i tisak planova grada kao i mapa i vrećica destinacije dodatno utrošila 40.390 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Dorada/dopuna brošura (<i>veljača/listopad</i>)		
Priprema i tisak brošura (<i>studen/prosinac</i>)		
Ukupni iznos	216.887 kn	199.072 kn

SIGNALIZACIJA

Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, prvi je klaster Istre kod kojega je došlo do dogovorne primjene marketinškog koncepta koji se oslanja na promociju klastera, definiranjem krovnog branda i zajedničkih vizuala turističkih zajednica i hotelijerskih poduzeća.

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

Trošak TZG Umag u realizaciji info tabli (cestovne signalizacije i panoa dobrodošlice) odnosno smeđe signalizacije je u 2014. godini iznosio 58.971 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Zamjena oštećenih tabli cestovne sig. (<i>siječanj/ožujak</i>)		
Zamjena oštećenih tabli smeđe sig. (<i>siječanj/svibanj</i>)		
Ukupni iznos	60.033 kn	58.971 kn

4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U modelima oglašavanja u 2014. 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 2014. godini, kao i u proteklim 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 422.236 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 2014. godinu, uložila 570.993 kn u oglašavanje specifične turističke ponude (kampovi i kongresi) i evenata (ATP) na pojedinim emitivnim tržištima. U 2014. godini prema odluci TV TZG Umag iz stavke Oglašavanje u promotivnim kampanjama, Model IV (oglašavanje evenata u destinaciji) prebačena su sredstva na stavku potpore manifestacijama, gourmet manifestacije u iznosu od 500.000 kn za sufinanciranje projekta Taste Istra u okviru ATP Vegeta Croatia Open kako bi se TZG Umag mogla kandidirati na najtječaj HTZ za potpore manifestacijama.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji oglašivačkih kampanja (siječanj/prosinac)		
Ukupni iznos	993.228 kn	978.229 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 2014. godini sklopila Ugovor o promociji destinacije Umag kroz isticanje logotipa destinacije na regatnoj jedrilici (krstašu) Umago Shinning, kao i Ugovor o promociji destinacije Umag kroz isticanje logotipa destinacije u materijalima PRO Tennis Camp Goran Ivanišević. Trošak TZG Umag u ovoj stavci oglašavanja je 316.633 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s lokalnim medijima na realizaciji oglašivačkih kampanja aktivnosti/projekta/evenata destinacije (siječanj/prosinac)		
Ukupni iznos	320.804 kn	316.633 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 klastera za 2014. godinu na specijalizirane sajmove (kampovi, bike, wellness, gourmet) dostavljala promo materijale preko predstavnika klastera 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:

- Bike, tenis, nogomet, wellness, (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP klastera 2014.)
- Gourmet (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP klastera 2014; u suradnji s talijanskim partnerom/vodičem Magnar Ben)

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umag utrošila na prezentacije u 2014. godini iznosi 32.385 kn. Prezentacije u segmentima bike, tenis, nogomet, wellness i gourmet realizirale su se u okviru i veličinama navedenim u Marketing planu klastera za 2014. godinu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji prezentacija – Barcolana, Treviso (kolovoz/listopad)		
Ukupni iznos	25.419 kn	32.385 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 agenata TA/TO u destinaciju Umag/Istru		
Ukupni iznos	25.000 kn	20.757 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 2014. 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 San Sebastian, Sicilia (listopad, studeni)		
Ukupni iznos	25.000 kn	23.290 kn

6.2 Koordinacija članova TZ-a

Tijekom 2014. godine održane su 3 (tri) koordinacije članova odbora klastera u cilju praćenja realizacije Marketing plana klastera za 2014. godinu te veći broj koordinacije direktora klastera 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 klastera 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 klastera (siječanj, lipanj, listopad)		
Koordinacija direktora LTZ-a (srpanj)		
Sastanci direktora TZ-a clustera (kontinuirano)		
Ukupni iznos	7.100 kn	8.895 kn

7. Marketinška infrastruktura

7.1 Istraživanje tržišta

S namjerom provjere provedbe projekta/eventa u segmentu gourmeta (Dani istarskih šparogai Dani švoja) na nivou klastera angažirana je agencija Heraklea koja je realizirala projekt Mystery guest-a sukladno inputima projektnog tima gourmeta klastera. Nakon izvršene analize dobivenih rezultata, isti su prezentirani svim ugostiteljima/partnerima u projektu Dani istarskih šparoga i Dani švoja u 2014. godini. U navedenu svrhu TZG Umag je izdvojio 24.450 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Dogovor s agencijom za projekt Mystery guest (siječanj/veljača)		
Provedba projekta Mystery guest (travanj/svibanj i listopad/studeni)		
Prezentacija rezultata (studeni)		
Ukupni iznos	23.900 kn	24.450 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 klastera za izradu baze fotografija i video filmova u 2014. godini iznosio je 40.000 kn. TZG Umag je mimo navedene baze na nivou clustera izdvojila 2.742 kn kroz sufinanciranje baze fotografija TZIŽ.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Fotografiranje i snimanje (travanj, svibanj, lipanj, prosinac)		
Ukupni iznos	2.742 kn	2.742 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 2014. 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 2014. godini iznosu od 90.755 kn, dok je udio sufinanciranja TD Savudrija bio 92.900 kn. U TD Savudrija je prilikom izrade rebalansa smanjen iznos sredstava predviđenih za prezentacije jer se u tom trenutku smatralo da dio njih neće biti realiziran, ali su se do kraja godine prezentacije ipak uspjele realizirati i stoga iznos utrošenih sredstava u TD Savudrija odgovara prvobitno utvrđenom finacijskom planu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Provođenje aktivnosti/manifestacija (travanj, svibanj, lipanj, srpanj, kolovoz, rujna, listopad, studeni)		
Ukupni iznos	158.000 kn	183.655 kn

8.2 Strukturni fondovi

S Gradom Umagom je dogovoreno da sve prijave projekata na natječaje/javne pozive ministarstva RH, a koji projekti su vezani uz unapređenje turističke infrastrukture realiziraju službe Grada koje su nadležne za gore navedene prijave odnosno projekte. Sukladno tome u 2014. godini TZG Umag nije realizirala predviđeni trošak konzultantskih usluga.

9. Ostalo

9.1 Zdravstvo - HMP

Sukladno Ugovoru o nabavci vozila HMP koji je 2009. godine potpisala TZG Umag, zadnja rata obveze sufinanciranja navedenog vozila od strane TZG Umaga realizirana je u siječnju 2014. godine. U tom smislu u Programu rada i financijskom planu TZG Umag za 2014. godinu utrošeno je 4.752 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 prihodi 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 visokokvalitetne 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
- Nastavilo se s uređenjem reciklažnog 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	1.840.000 kn	1.815.786 kn



IZVJEŠĆE O RADU TURISTIČKOG DRUŠTVA LOVREČICA ZA 2014. GODINU SA FINACIJSKIM IZVJEŠĆEM

Početak prethodne godine Turističkom društvu je Turističko vijeće Grada Umaga odobrilo prenamjenu sredstava planiranih za 2014. godinu kako bi se podmirilo dugovanje iz 2013. godine što je značilo da je Turističko društvo Lovrečica je u 2014. godini raspolagalo sa 65.000 kn i skratilo trajanje pučkih fešti u Svetom Ivanu i Lovrečici. Tim iznosom se je realiziralo sljedeće:

1. Organizacija pučke fešte Svetog Ivana: koristili ukupno 2.000,00 kn

Proslavu svetog Ivana obilježio je četvrtu smotru lokalnih klapa. Ljubitelji klapske pjesme brzo su napunili mali trg, te su u romantičnom ambijentu uživali u zvucima istarske, talijanske, dalmatinske i makedonske narodne pjesme. Program se sastojao od svečane svete mise, nastup Gunca, mješovitog zbora, Mladih nada Zajednice Talijana, glazbenog sastava i neizostavan marš puhačkog orkestra uz paljenje Ivanjeg krijesa.

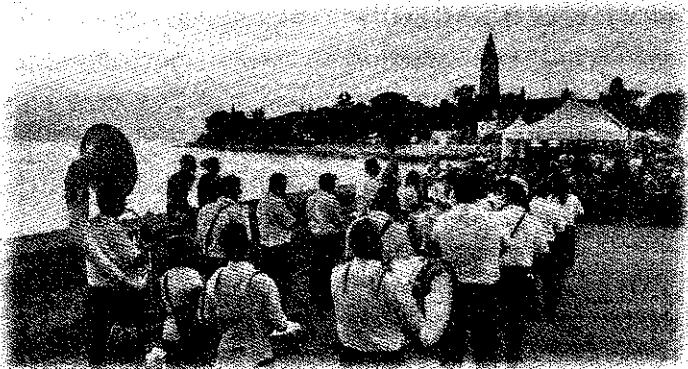
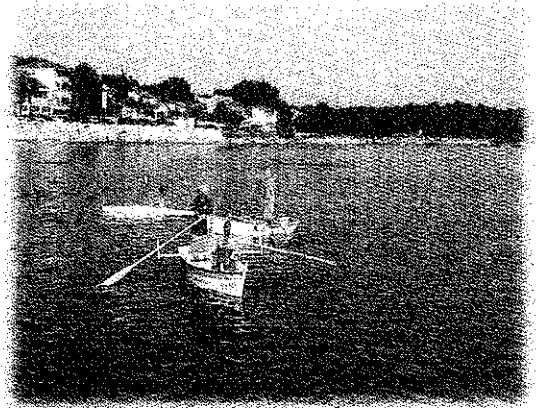
2. Bobičada (fešta mladog kukuruza): koristili ukupno 18.000,00 kn

Fešta od bobića u Babićima doživjela je svoje deveto izdanje. Višednevni program obuhvaćao je natjecanje u kuhanju bobića, u tri kategorije: mjesni odbori i udruge, ugostitelj, domaćice. Održala se je po prvi puta utrka s magarcima, drugi turnir u boćama, pod organizacijom novo osnovanog boćarskog kluba u Babićima, zatim nogometni turnir, turnir u briškuli i trešeti, prezentacija pljočkanja, nastupao je puhački orkestar „Naša sloga” iz Babića te je održana izložba vrijednih limenih ljubimaca oldtimer kluba Umag. Manifestacija je privukla veliki broj turista i posjetitelja iz okolnih mjesta.

3. Proslava svetog Lovre - Le notti di San Lorenzo: koristili ukupno 35.000,00 kn

Središnja svečanost- proslava Sv. Lovre je i ove godine opravdala sva očekivanja uz bogat program koji je trajao tri dana uz raznoliku gastronomsku ponudu i iznimno bogata sportsko – kulturna događaja (koncert klasične glazbe u župnoj crkvi, procesija, biciklijada uz degustaciju vina, zabavne igre na moru, turnir u nogometu, odbojci, natjecanje u ribolovu, prezentacija veslanja na tradicionalan način vogalonga i sciavoga te noćno kupanje), dakle za svaku generaciju ponešto i ples za sve! Ovogodišnja proslava svetog Lovre je okupila do sada najveći broj posjetitelja otkad se organizira.

4. Financiranje puhačkog orkestra „Naša sloga” Babići : koristili 10.000,00 kn



Izveštaj o radu TD Savudrije za 2014. godine

01. MANIFESTACIJE

01.1. Pljočkarski turnir "Memorijal Branko Jurić"

U suradnji sa pljočkarskim klubom Lanterna iz Savudrije organiziran je memorijalni pljočkarski turnir Memorijal Branko Jurić.

Već tradicionalni pljočkarski turnir u parovima i u 2014. godini održan je na prostoru pored savudrijskog svjetionika. U organizaciji savudrijskog pljočkarskog kluba ukupno je na turniru sudjelovalo više od 20 ekipa. Pored takmičara iz Istre, na turniru su sudjelovale i ekipe iz Slovenije, Italije i iz Zagreba. Pored lokalnih tiskanih medija manifestaciju su pratile i lokalne tv kuće (TV Koper Capodistria te TV Istra)

01.2. Golf turnir "Savudrija open 2014"

U suradnji sa golf klubom "Savudrija – Istra, na golf igralištu Skiper Adriatik, održan je 4. turnir "Savudrija open" koji je okupio preko 60 igrača pretežno iz Slovenije, Austrije i naravno domaće igrače. Obzirom na uspješnost navedenog kluba na domaćim i stranim takmičenjima te na zavidnu kvalitetu organizacije spomenutog turnira možemo očekivati i veći broj učesnika u 2015. godini.

01.3. Međunarodni nogometni turnir veterana

U suradnji sa NK Savudrije organiziran je već tradicionalni nogometni turnir veterana koji je okupio ukupno 10 ekipa iz Hrvatske, Slovenije i Italije. Pored sportskih aktivnosti, posjetiteljima je ponuđena i bogata gourmet ponuda te prezentacija lokalnih proizvoda.

01.4. Svjetionik Ljubavi

U sklopu projekta Istra Inspirit tijekom ljetne sezone organizirali smo ukupno 2 manifestacije pod nazivom Svjetionik ljubavi.

Pored suradnje sa županijskim agencijama koje vode navedeni projekt, u organizaciji navedene manifestacije sudjelovao je Istraturist d.d. te nekoliko lokalnih udruga i poduzeća koji su sponzorstvima pomogli da uveličamo kvalitetu manifestacije.

01.5. Proslava Sv. Petra (dvodnevna pučka fešta)

U suradnji sa ZT Savudrije organizirali smo na prostoru savudrijske luke tradicionalnu pučku feštu prigodom proslave Svetog Petra.

Uz već uhodanu kombinaciju ponude hrane i pića uz zabavni program treba napomenuti nastup članova ZT-a koji su predstavili tradicionalne zanate našeg područja kroz etno izložbu i simulaciju tih zanata.

02. PROMOTIVNE AKTIVNOSTI ZA GOURMET PROIZVOD

Tijekom 2014. godine organizirali smo za savudrijske ugostitelje i proizvođače ulja i vina nekoliko promotivnih nastupa u Italiji i Sloveniji.

Italija

- Na poziv Gospodina Potocnika, Guida Magnar ben, sudjelovali smo na cooking show na kojemu su pored naših čefova sudjelovali veoma uspješni i poznati talijanski i slovenski chefovi kao Tomaž Kaučič i Andrea Mainardi. Nastup su pratile lokalne tv postaje Antenna 3 i LA 9 kao i nacionalni RAI 2.
- Na poziv gourmet mjesečnika Papageno odazvali smo se dvodnevnoj manifestaciji "Dani istarske kuhinje" čiji je domaćin bio veoma ugledni restoran "Osteria storica Morelli" u mjesto Trento. Pored velikog interesa gostiju značajan je bio i odaziv gourmet medija. Uspješnost manifestacije moguće je ocijeniti i ponovnim pozivom za isti nastup i u 2015. godini.
- Na poziv Gospođe Illy, novinárke dnevnika "L'Espresso" odazvali smo se na gastronomskoj manifestaciji "Full moon party" u talijanskom gradu Merano u sklopu poznatog Vine festivala. Pored savudrijskih restorana, proizvođača vina i ulja, na manifestaciji je nastupio i restoran Marina iz Novigrada.

Slovenija

- Na poziv Načelnice Općine Medvode a prigodom dana Općine, sudjelovali smo u gourmet prezentaciji kroz degustaciju vina, maslinovog ulja i čaja od maslinovog lista.

03. RAD TIC-A

Na poslovima podjele promocijskih materijala, informiranja, prijave i odjave gostiju angažirana je pored stalno zaposlene djelatnice i jedna sezonske djelatnica kako bi se omogućio pristup našim uslugama tokom cijelog dana.

Pored angažmana na poslovima u okviru djelatnosti TD Savudrije, djelatnici navedenog društva bili su angažirani i u organizaciji manifestacija na području Grada Umaga te na području Klastera. Također smo bili angažirani na promocijskim aktivnostima Klastera te TZG Umaga u zemlji i inozemstvu.

Voditelj TD Savudrija

Dario Penco

FINANCIJSKI PLAN 2015 - Ostvarenje 01.01. - 31.12.2014.

Rd.broj	PRIHODI	Plan 2014	Plan 2014	Ostvarenje 2014	IDX	Struktura
			R1		Ostv. 14/R1, 14	ostv. '2014
1.	PRIHODI OD BORAVISNE PRISTOJBE	6.325.000	6.100.000	6.092.872	100	65,78
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE CLANARINE	1.822.000	1.400.000	1.317.583	94	14,22
3.	PRIHODI IZ PRORACUNA	300.000	300.000	300.000	100	3,24
3.1.	za programske aktivnosti	300.000	300.000	300.000	100	100,00
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	0	0	0	#DIV/0!	0,00
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	2.110.815	1.083.017	1.086.507	100	14,73
4.1.	Istraturist	410.815	53.750	53.315	99	4,91
4.1.1.	TIC Savudrija	10.815	3.750	3.315	88	
4.1.2.	sufinanciranje projekata	400.000	50.000	50.000	100	
4.2.	HTZ	90.000	619.267	625.069	101	57,53
4.2.1.	nautika	90.000	104.267	102.636	98	
4.2.2.	potpora manifestacija	0	515.000	522.433	101	
4.3.	TZIŽ	410.000	410.000	408.123	100	37,56
4.3.1.	nautika	300.000	300.000	308.123	103	
4.3.2.	megaprojekti	110.000	110.000	100.000	91	
4.4.	Odjel za turizam IŽ	0	0	0	#DIV/0!	0,00
4.5.	MINT	1.200.000	0	0	#DIV/0!	0,00
4.5.1.	sufinanciranje projekata	1.200.000	0	0	#DIV/0!	
5.	PRIJENOS VISKA PRIHODA IZ PRETH.GODINE	19.036	438.452	438.452	100	4,73
6.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	30.000	21.026	27.187	129	0,23
	UKUPNO PRIHODI:	10.406.851	9.342.495	9.262.601	99	100
Rd.broj	RASHODI	Plan 2014	Plan 2014	Ostvarenje 2014	IDX	Struktura
			R1		Ostv. 14/R1, 14	ostv. '2014
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.712.880	1.749.880	1.624.343	93	17,78
1.1.	RASHODI ZA RADNIKE	1.177.000	1.228.000	1.138.609	93	70,10
1.1.1.	Bruto OD	1.085.000	1.136.000	1.072.758	94	94,22
1.1.1.1.	ured	400.000	400.000	354.299	89	
1.1.1.2.	TIC Umag	300.000	300.000	279.346	93	
1.1.1.3.	TIC Savudrija	295.000	330.000	332.791	101	
1.1.1.4.	LI Umag, HTZ	90.000	106.000	106.321	100	
1.1.2.	Putni troškovi	37.000	37.000	24.669	67	2,17
1.1.2.1.	Umag	25.000	25.000	17.354	69	
1.1.2.2.	TIC Savudrija	12.000	12.000	7.315	61	
1.1.3.	Dnevnice	9.000	9.000	3.738	42	0,33
1.1.3.1.	Umag	3.000	3.000	764	25	
1.1.3.2.	TIC Savudrija	6.000	6.000	2.974	50	
1.1.4.	Regressi, Božičnice	37.000	37.000	37.445	101	3,29
1.1.4.1.	Umag	24.000	24.000	23.647	99	
1.1.4.2.	TIC Savudrija	13.000	13.000	13.798	106	
1.1.5.	Osiguranje	9.000	9.000	0	0	0,00
1.1.5.1.	Umag	6.000	6.000	0	0	
1.1.5.2.	TIC Savudrija	3.000	3.000	0	0	
1.2.	RASHODI UREDA	490.880	481.880	451.914	94	27,82
1.2.1.	Rashodi ureda	383.000	386.500	378.823	98	83,83
1.2.1.1.	Potrošni uredski materijal i mat za čišćenje	27.000	27.000	21.741	81	
1.2.1.1.1.	potrošni uredski materijal	24.000	24.000	18.258	76	
1.2.1.1.2.	materijal za čišćenje	3.000	3.000	3.483	116	
1.2.1.2.	Struja, voda, komunalije i sl.	30.000	30.000	20.279	68	
1.2.1.2.1.	struja	22.000	22.000	15.062	68	
1.2.1.2.2.	voda	2.000	2.000	841	42	
1.2.1.2.3.	komunalije	6.000	6.000	4.376	73	
1.2.1.3.	Usluge HT i HP, FINA, Banke	53.000	53.000	47.522	90	
1.2.1.3.1.	telefon	30.000	30.000	26.388	88	
1.2.1.3.2.	HP	10.000	10.000	8.332	83	
1.2.1.3.3.	banke	13.000	13.000	12.803	98	
1.2.1.4.	Stručna literatura i tisak	7.000	7.000	7.216	103	
1.2.1.5.	Održavanje voznog parka	20.000	23.000	33.538	146	
1.2.1.5.1.	Umag	15.000	20.000	30.568	153	
1.2.1.5.2.	TIC Savudrija	5.000	3.000	2.970	99	
1.2.1.6.	Gorivo	33.000	33.000	37.861	115	
1.2.1.6.1.	Umag	25.000	25.000	28.748	115	
1.2.1.6.2.	TIC Savudrija	8.000	8.000	9.113	114	
1.2.1.7.	Reprezentacije i troškovi sjednica	50.000	50.000	49.095	98	
1.2.1.8.	Nabava opreme i održavanje	40.000	40.000	44.660	112	
1.2.1.8.1.	nabava opreme	10.000	10.000	11.169	112	
1.2.1.8.2.	održavanje opreme	30.000	30.000	33.492	112	
1.2.1.9.	Premije osiguranja	20.000	20.000	22.650	113	
1.2.1.10.	Usluge knjigovodstva	43.000	43.000	42.625	99	
1.2.1.11.	Otplata kredita	50.000	50.000	43.568	87	
1.2.1.11.1.	leasing auto	50.000	50.000	43.568	87	
1.2.1.11.2.	priprema sezone	0	0	0	#DIV/0!	

1.2.1.12	Pravne usluge	5.000	2.500	1.382	55	
1.2.1.13	Troškovi naplate BP	5.000	8.000	6.687	84	
1.2.2.	Rashodi TIC Umag	20.000	15.000	11.851	79	2,62
1.2.2.1	Nabava opreme	8.000	5.000	5.638	113	
1.2.2.2	Uređenje info-punkta	12.000	10.000	6.213	62	
1.2.3.	Rashodi TIC Savudrija	87.880	80.380	61.240	76	13,55
1.2.3.1	Potrošni materijal	10.000	10.000	4.605	46	
1.2.3.2	Telefon, struja, voda, najam prostora	60.880	60.880	54.690	90	
1.2.3.2.1	telefon	13.000	13.000	12.503	96	
1.2.3.2.2	struja	2.000	2.000	0	0	
1.2.3.2.3	voda	1.000	1.000	0	0	
1.2.3.2.4	najam prostora	44.880	44.880	42.188	94	
1.2.3.3	Nabava opreme	10.000	5.500	1.785	32	
1.2.3.4	Uređenje info-punkta	7.000	4.000	159	4	
1.3.	RASHODI ZA RAD TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	45.000	40.000	33.819	85	2,08
1.3.1	Turističko vijeće	40.000	34.000	26.849	79	
1.3.2	Nadzorni odbor	5.000	6.000	6.970	116	
	DIZA IJN VRIJEDNOSTI	3.783.600	3.552.656	3.509.213	99	38,40
2.1	POTPORE MANIFESTACIJAMA	1.675.600	2.873.118	2.837.889	99	80,87
2.1.1	Zabavne	490.000	574.500	576.695	100	20,32
2.1.1.1	Cluster	285.000	305.000	293.923	96	
2.1.1.1.1	Motobike susreti Umag	40.000	40.000	40.000	100	
2.1.1.1.2	Mega koncerti	80.000	80.000	73.275	92	
2.1.1.1.3	Umagination	75.000	75.000	75.000	100	
2.1.1.1.4	UmaGOblues	60.000	80.000	75.648	95	
2.1.1.1.5	Istra experience balloon 2014	30.000	30.000	30.000	100	
2.1.1.2	TZG Umag	205.000	269.500	282.772	105	
2.1.1.2.1	ACR Musifest	40.000	40.000	40.000	100	
2.1.1.2.2	Umagični blagdani	40.000	50.000	66.877	134	
2.1.1.2.3	U srcu jjeta	50.000	50.000	50.000	100	
2.1.1.2.4	Umagfloria	30.000	34.500	34.313	99	
2.1.1.2.5	Međunarodni Old Timer Rally	10.000	10.000	10.000	100	
2.1.1.2.6	Umag Spring Festival	20.000	70.000	68.835	98	
2.1.1.2.7	Ostale zabavne manifestacije	15.000	15.000	12.747	85	
2.1.2	Kulturne	173.000	170.000	170.000	100	5,99
2.1.2.1	Cluster	115.000	115.000	115.000	100	
2.1.2.1.1	Zlatni lav	65.000	65.000	65.000	100	
2.1.2.1.2	Dani Antike	50.000	50.000	50.000	100	
2.1.2.2	TZG Umag	58.000	55.000	55.000	100	
2.1.2.2.1	Dan zaštitnika grada - Sv. Pelegrin	30.000	30.000	30.000	100	
2.1.2.2.2	Znanstveni skup Tomizza	10.000	10.000	10.000	100	
2.1.2.2.3	Galerija Marin (izložbe)	5.000	5.000	5.000	100	
2.1.2.2.4	Artum - 3. Umaški salon	5.000	5.000	5.000	100	
2.1.2.2.6	Ostale kulturne manifestacije	8.000	5.000	5.000	100	
2.1.3	Sportske	532.600	667.600	642.176	96	22,63
2.1.3.1	Cluster	437.600	568.600	562.566	99	
2.1.3.1.1	Tenis events	26.600	27.600	26.975	98	
2.1.3.1.1.1	ATP Vegeta Croatia Open Umag	26.600	27.600	26.975	98	
2.1.3.1.1.1.1	karte	16.600	17.600	17.600	100	
2.1.3.1.1.1.2	uređenje grada ATP	10.000	10.000	9.375	94	
2.1.3.1.1.2	Svjetsko prvenstvo veterana u tenisu	0	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.2	Beach sports	120.000	120.000	120.000	100	
2.1.3.1.2.1	Svjetsko prvenstvo juniora u odbojki na pijesku	100.000	100.000	100.000	100	
2.1.3.1.2.2	Rukomet na pijesku EBT turnir	10.000	10.000	10.000	100	
2.1.3.1.2.3	Umag Beach Soccer Masters	10.000	10.000	10.000	100	
2.1.3.1.3	Jedriličarske regate	60.000	60.000	60.000	100	
2.1.3.1.3.1	Regata Umag-Monfalcone-Umag	5.000	5.000	5.000	100	
2.1.3.1.3.2	Istarska regata	20.000	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.3.3	Ravena - Umag - Ravena	15.000	15.000	15.000	100	
2.1.3.1.3.4	Mittel Europa Opti Race	20.000	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.3.5	Memorijal Nerio Vok	0	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.3.6	Europsko prvenstvo Flying Dutchmann	0	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.4	Nogomet	75.000	75.000	71.281	95	
2.1.3.1.4.1	Istria Winter Cup	15.000	15.000	11.281	75	
2.1.3.1.4.2	Juventus Summer Camp	60.000	60.000	60.000	100	
2.1.3.1.5	Bike	106.000	106.000	105.929	100	
2.1.3.1.5.1	Istria Granfondo	66.000	66.000	65.344	99	
2.1.3.1.5.2	Istarsko proljeće	20.000	20.000	20.361	102	
2.1.3.1.5.3	Trofej Umag	20.000	20.000	20.225	101	
2.1.3.1.5.4	Tour d' Croatia	0	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.6	Golf	50.000	35.000	35.000	100	
2.1.3.1.6.1	Vinistra Golf Cup	20.000	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.6.2	Internacionalno seniorsko prvenstvo HR	15.000	0	0	#DIV/0!	
2.1.3.1.6.3	Sparugada Open	15.000	15.000	15.000	100	
2.1.3.1.7	Rukomet	100.000	100.000	100.000	100	
2.1.3.1.7.1	Rukometni Umag - HRS	100.000	100.000	100.000	100	
2.1.3.1.8	Outdoor sport	45.000	45.000	43.381	96	
2.1.3.1.8.1	Brtonigla Adventure Trekk	5.000	5.000	5.000	100	
2.1.3.1.8.2	100 milja Istre - ultratrail utrka	40.000	40.000	38.381	96	
2.1.3.1.8.3	Wine run Parenzana	0	0	0		
2.1.3.2	TZG Umag	95.000	99.000	79.610	80	
2.1.3.2.1	Malonogometni turnir Umag	5.000	5.000	0	0	
2.1.3.2.2	Kup Istre rukomet	5.000	5.000	0	0	
2.1.3.2.3	Umag sports - sajam sporta	50.000	54.000	53.980	100	

2.1.3.2.4	Ostale sportske manifestacije	15.000	15.000	5.650	38	
2.1.3.2.5	B4U	20.000	20.000	19.980	100	
2.1.4	Gourmet	320.000	1.331.018	1.330.710	100	46,89
2.1.4.1	Cluster	245.000	1.257.114	1.248.961	99	
2.1.4.1.1	Dani glijiva - Smrčkijada	30.000	30.000	30.000	100	
2.1.4.1.2	9.smotra maslinovih ulja (Oleum Olivarum)	10.000	10.000	4.500	45	
2.1.4.1.3	Dani vina - Otvorena vrata vinskih podruma	5.000	1.000	0	0	
2.1.4.1.4	ATP vine tasting	200.000	200.000	198.347	99	
2.1.4.1.5	Taste Istria	0	1.016.114	1.016.114	100	
2.1.4.2	TZG Umag	75.000	73.904	81.749	111	
2.1.4.2.1	Dani rajčice	65.000	62.000	69.845	113	
2.1.4.2.2	Ostale gourmet manifestacije	10.000	11.904	11.904	100	
2.1.5	MICE	130.000	100.000	100.000	100	3,48
2.1.5.1	Cluster	130.000	100.000	100.000	100	
2.1.5.1.1	Microsoft Windays14	100.000	100.000	100.000	#DIV/0!	
2.1.5.1.2	Natur Adria	30.000	0	0		
2.1.5.1.3	Umag Expo	0	0	0	#DIV/0!	
2.1.6	Ostalo	30.000	30.000	18.308	61	0,65
2.1.6.1	TZG Umag	20.000	20.000	8.000	40	
2.1.6.2	Neka moja Istra blista	10.000	10.000	10.308	103	
2.2	POTPORA RAZVOJU DMO	30.000	30.000	30.000	100	0,85
2.2.1	Udruga privatnih iznajmljivača	30.000	30.000	30.000	100	
2.3	POTPORA RAZVOJU DMK	10.000	5.000	1.884	38	0,05
2.3.1	Seminari u suradnji s TZIŽ	10.000	5.000	1.884	38	
2.4	RAZVOJ PROIZVODA	2.068.000	644.538	639.440	99	18,22
2.4.1	Cluster	2.003.000	588.000	582.902	99	
2.4.1.1	Nogomet	58.000	58.000	50.975	88	
2.4.1.2	Tenis	76.000	76.000	88.853	117	
2.4.1.3	Wellness	96.000	96.000	95.261	99	
2.4.1.4	Bike	1.634.000	219.000	213.958	98	
2.4.1.4.1	bike proizvod	108.000	108.000	103.745	96	
2.4.1.4.2	bike signalizacija	20.000	5.000	0	0	
2.4.1.4.3	održavanje staza	6.000	6.000	10.213	170	
2.4.1.4.4	Park&ride	1.500.000	100.000	100.000	100	
2.4.1.5	Gourmet	139.000	139.000	133.856	96	
2.4.1.5.1	gourmet proizvod	129.000	129.000	124.481	96	
2.4.1.5.2	vina sjeverozapadne Istre	10.000	10.000	9.375	94	
2.4.2	TZG Umag	65.000	56.538	56.538	100	
2.4.2.1	Tabula viva	0	0	0	#DIV/0!	
2.4.2.2	Pješacke staze	20.000	10.000	10.000	100	
2.4.2.3	Strategija MICE	45.000	46.538	46.538	100	
3	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	2.608.093	1.923.045	1.887.315	98	20,85
3.1	ONLINE KOMUNIKACIJA	261.901	261.901	261.305	100	13,85
3.1.1	INTERENET STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE	261.901	261.901	261.305	100	
3.1.1.1	TZIŽ	32.901	32.901	32.902	100	
3.1.1.2	Istra D.M.C.	229.000	229.000	228.403	100	
3.1.2	SEO strategija	0	0	0	#DIV/0!	
3.1.2.1	TZIŽ	0	0	0	#DIV/0!	
3.1.2.2	Istra D.M.C.	0	0	0	#DIV/0!	
3.1.3	DESTINACIJSKI INFO I PRODAJNI CENTAR	0	0	0	#DIV/0!	
3.1.3.1	TZIŽ	0	0	0	#DIV/0!	
3.2	OFFLINE KOMUNIKACIJA	537.644	347.113	331.148	95	17,55
3.2.1	PR AKTIVNOSTI - ODNOSI S JAVNOŠĆU	49.193	20.193	25.092	124	
3.2.1.1	TZIŽ	19.193	19.193	23.193	121	
3.2.1.2	TZG Umag	30.000	1.000	1.899	190	
3.2.2	BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL	358.451	216.887	199.072	92	
3.2.2.1	TZIŽ	16.451	16.451	25.312	154	
3.2.2.1.1	Image brošure	2.742	2.742	2.742	100	
3.2.2.1.2	Brošure po proizvodima	13.709	13.709	22.570	165	
3.2.2.2	Cluster	252.000	150.136	133.370	89	
3.2.2.2.1	Image katalog	49.000	53.156	52.010	98	
3.2.2.2.1.1	foto	0	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.1.2	dizajn	5.000	5.000	5.011	100	
3.2.2.2.1.3	prijevodi	2.000	2.000	843	42	
3.2.2.2.1.4	tisak	42.000	46.156	46.156	100	
3.2.2.2.2	Gourmet vodiči	60.000	10.000	0	0	
3.2.2.2.2.1	dizajn	5.000	5.000	0	0	
3.2.2.2.2.2	prijevodi	5.000	5.000	0	0	
3.2.2.2.2.3	tisak	50.000	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.3	Bike vodiči	67.000	28.601	28.601	100	
3.2.2.2.3.1	dizajn	0	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.2.3.2	prijevodi	2.000	2.000	1.631	82	
3.2.2.2.3.3	tisak	65.000	26.601	26.970	101	
3.2.2.2.4	Mape i vrećice	12.000	12.000	6.380	53	
3.2.2.2.5	Kalendar događanja	44.000	46.379	46.379	100	
3.2.2.2.5.1	prijevodi	6.000	12.091	12.091	100	
3.2.2.2.5.2	tisak	38.000	34.288	34.288	100	
3.2.2.2.6	Turistički list sjeverozapadne Istre	20.000	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.3	TZG Umag	90.000	50.300	40.390	80	
3.2.2.3.1	Plan grada Umaga	65.000	27.000	21.125	78	
3.2.2.3.1.1	dizajn	20.000	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.3.1.2	prijevodi	5.000	0	0	#DIV/0!	
3.2.2.3.1.3	tisak	40.000	27.000	21.125	78	
3.2.2.3.2	Mape i vrećice	12.000	10.300	10.369	101	

3.2.2.3.3	Razno (memo, vizitke, kuverte i dr.)	10.000	10.000	6.616	66	
3.2.2.3.4	Distribucija promo materijala	3.000	3.000	2.280	76	
3.2.3	SUVENIRI	50.000	50.000	48.015	96	
3.2.3.1	Poslovni partneri - pokloni	20.000	20.000	18.666	93	
3.2.3.2	Suvenir	30.000	30.000	29.349	98	
3.2.4	INFO TABLE	60.000	5.000	3.938	79	
3.2.4.1	Cestovna signalizacija	20.000	5.000	3.938	79	
3.2.4.2	Panoi dobrodošlice	40.000	0	0	#DIV/0!	
3.2.5	SMEĐA SIGNALIZACIJA	20.000	55.033	55.033	100	
3.3	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	1.487.235	993.228	978.229	98	51,83
3.3.1	MODEL I.	459.507	465.500	450.501	97	
3.3.1.1	TZIŽ	164.507	164.507	164.508	100	
3.3.1.2	Istraturist d.d./Istra DMC	230.000	230.000	230.000	100	
3.3.1.3	Kempinski Adriatic Hotel	15.000	15.000	0	0	
3.3.1.4	Sol Melia	0	0	0	#DIV/0!	
3.3.1.5	Plain Air	50.000	55.993	55.993	100	
3.3.1.6	Ostalo	0	0	0	#DIV/0!	
3.3.2	MODEL II.	128.864	128.864	128.864	100	
3.3.2.1	TZIŽ	128.864	128.864	128.864	100	
3.3.3	MODEL IV.	898.864	398.864	398.864	100	
3.3.3.1	TZIŽ	128.864	128.864	128.864	100	
3.3.3.2	Istraturist d.d./Istra DMC	770.000	270.000	270.000	100	
3.3.4	MODEL V.	0	0	0	#DIV/0!	
3.3.4.1	TZIŽ	0	0	0	#DIV/0!	
3.3.5	MODEL VI	0	0	0	#DIV/0!	
3.3.5.1	TZIŽ	0	0	0	#DIV/0!	
3.3.6	MODEL VII	0	0	0	#DIV/0!	
3.3.6.1	TZIŽ	0	0	0	#DIV/0!	
3.4	OGLAŠAVANJE	321.313	320.804	316.633	99	16,78
3.4.1	Bujština	5.000	5.000	2.750	55	
3.4.2	Radio Eurostar	50.000	50.000	50.000	100	
3.4.3	TV Istra	55.000	55.000	50.120	91	
3.4.4	B2	20.000	20.000	23.075	115	
3.4.5	Balon Umag	0	0	0	#DIV/0!	
3.4.6	Umag - Umago Shining	80.000	80.000	80.000	100	
3.4.7	Teniski kampovi Gorana Ivaniševića	100.000	100.000	100.000	100	
3.4.8	Ostalo	11.313	10.804	10.688	99	
4	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	67.000	50.419	53.142	105	0,58
4.1	SAJMOVI	0	0	0	#DIV/0!	0,00
4.2	STUDIJSKA PUTOVANJA	30.000	25.000	20.757	83	39,06
4.3	PREZENTACIJE	37.000	25.419	32.385	127	60,94
4.3.1	Italija - Magnar Ben	7.000	15.419	15.419	100	
4.3.2	Ostalo	30.000	10.000	16.966	170	
5	INTERNI MARKETING	63.000	32.100	32.185	100	0,35
5.1	EDUKACIJA	50.000	25.000	23.290	93	72,36
5.2	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	13.000	7.100	8.895	125	27,64
5.2.1	Cluster Bord	3.000	1.500	2.325	155	
5.2.2	Direktori LTZ-a	7.000	4.300	4.215	98	
5.2.3	Članovi TZ-a	3.000	1.300	2.355	181	
6	MARKETINSKA INFRASTRUKTURA	35.026	26.642	27.192	102	0,30
6.1	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	0	0	0	#DIV/0!	0,00
6.2	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	23.000	23.900	24.450	102	89,92
6.2.1	Mistry guest	23.000	23.900	24.450	102	
6.2.2	Ostalo	0	0	0	#DIV/0!	
6.3	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	0	0	0	#DIV/0!	0,00
6.4	SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA	0	0	0	#DIV/0!	0,00
6.5	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	12.026	2.742	2.742	100	10,08
6.5.1	TZIŽ	2.742	2.742	2.742	100	
6.5.2	TZG Umag	9.284	0	0	#DIV/0!	
7	POSEBNI PROGRAMI	215.000	158.000	183.655	116	2,01
7.1	TZIŽ - SMP 2015-20	0	0	0	#DIV/0!	0,00
7.2	Sufinanciranje TD Lovrečica	90.000	90.000	90.755	101	49,42
7.3	Sufinanciranje TD Savudrija	100.000	68.000	92.900	137	50,58
7.4	Strukturni fondovi MINT	25.000	0	0	#DIV/0!	0,00
8	OSTALO	14.752	9.752	4.752	49	0,05
8.1	Zdravstvo - HMP	4.752	4.752	4.752	100	100,00
8.2	Sanacija oštećenja u zgradi TZG Umag	10.000	5.000	0	0	0,00
8.3	Amortizacija	0	0	0	#DIV/0!	0,00
8.4	Neotpisana vrijednost prod. i rashodovane imovine	0	0	0	#DIV/0!	0,00
9	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.907.500	1.840.000	1.815.786	99	19,87
9.1	Transfer Gradu 2013	10.000	10.000	0	0	0,00
9.2	Transfer Gradu 2014	1.897.500	1.830.000	1.815.786	99	100,00
10	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0	#DIV/0!	0,00
	UKUPNO RASHODI	10.406.851	9.342.495	9.137.583	98	100,00
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU	0	0	125.018		