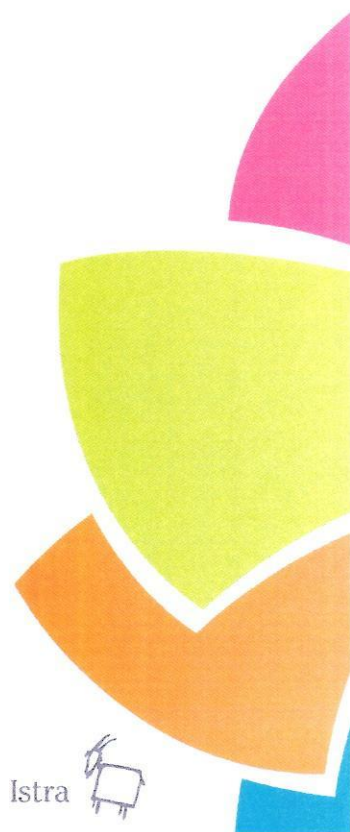




TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA UMAGA

Izvješće o realizaciji Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2016. godinu

Umag, veljača 2017.



SADRŽAJ

Uvod

Turistički promet

1. Vizija i ciljevi

- 1.1 Strateški ciljevi marketinške politike
- 1.2 Ciljevi Marketing plana u 2016. 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 MICE

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
9. **Ostalo**
 - 9.1 Sanacija oštećenja u uredu TZG Umag
10. **Transfer boravišne pristojbe Gradu**
11. **Zaključak**

Prilozi

-
- Izvešće o radu TD Savudrija i Lovrečica
- Prikaz uplata boravišne pristojbe po pružateljima usluga smještaja u 2016. godini
- Prikaz uplata članarina po obveznicima plaćanja članarina u 2016. godini

Uvod

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2016. godini:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za 1% u odnosu na 2015. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje u 2015 godini
- Produžiti sezonu na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis, gourmet i MICE) i evente (Tour d' Croatia, Moto bike susrete, Istria Winter Cup, Istria Bike Days, Istria Granfondo, Festival rukometa, Istria Wine & Walk, Istra Wine Run, 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. Ako pak promatramo realizaciju noćenja u periodu I-VI mjesec i IX-XII mjesec, odnosno period pred i posezone u kojem dolaze do izražaja, između ostalog, i poduzete aktivnosti u razvoju proizvoda na nivou klastera možemo konstatirati da je u navedenom periodu zabilježen porast broja noćenja od 4% u odnosu na 2015. godinu.

U 2016. godini TZG Umaga ostvarila je 2.384.590 noćenja što je 7% više noćenja od ostvarenih u 2015. godini, dok je istovremeno zabilježen rast u broju realiziranih dolazaka od 5% kojih je ostvareno 432.138.

Turističke zajednice klastera su u 2016. 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 na razini planiranih.

Što se tiče e-marketinga realizirano je kvalitetno unapređenje centralnog turističkog web portal na razini Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno stranice COI (www.coloursofistria.com) provedbom aktivnosti navedenih u Marketing planu klastera 2016. (SEO, društvene mreže, e-promocija, sadržaj). Cestovna signalizacija, tiskani materijali i portal su usklađeni. Uredništvo COI intenzivno surađuje sa svim TZ-ima klastera. Realizacija budžeta je bila na razini plana.

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 2016. godinu pri čemu su troškovi na nivou planiranih.

U segmetu organizacije evenata realizirani su eventovi od klsterskog značaja odnosno oni koji su postali generatori novih dolazaka u destinaciju (Istria Winter Cup – veljača, Dani školjaka – veljača/ožujak, Dani istarskih šparoga – ožujak/svibanj, Istria Granfondo – listopad, Dani švoja – listopad/studeni, Dani jadranskih lignji – prosinac 2016./siječanj 2017.), a sufinancirali su 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 2016. godinu na specijalizirane sajmove (kampovi, bike, wellness, gourmet) dostavljala promo materijale preko predstavnika klastera koji su odlazili na navedene sajmove.

I u protekloj su se godini održale brojne manifestacije u organizaciji ili suorganizaciji Turističke zajednice Grada Umaga sa Gradom Umagom, POU "Ante Babić" i Muzejem Grada Umaga, te ostalih udruga i društava koje djeluju na području grada Umaga. Te su manifestacije (ATP Konzum Croatia Open, Istria Gourmet Festival, Festival rukometa u Umagu, Istria Winter Cup, Zlatni lav, Umagoblues, Umag Fashion Night, Dan rajčica, Motobike susreti, Svjetsko prvenstvo veterana u tenisu, 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 2016. godinu.

Turistički promet

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2016. godini ostvareno je 25.284.552 noćenja odnosno 7% više noćenja nego u 2015. godini dok je istovremeno u 2016. godini realizirano 3.875.485 dolazaka ili 9% više nego u 2015. godini. Udio Turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 9,43%.

Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2015. i 2016. godini na području TZG Umag

Zemlja	Dolazaka 2015.	Dolazaka 2016.	Indeks	Noćenja 2015.	Noćenja 2016.	Indeks
Ukupno domaći	26.688	29.805	112	99.448	112.424	113
Ukupno strani	382.956	402.333	105	2.119.251	2.272.166	107
Sveukupno	409.644	432.138	105	2.218.699	2.384.590	107

Izvor: TZG Umag – statistika

U 2016. godini TZG Umaga ostvarila je 2.384.590 noćenja što je 7% više noćenja od ostvarenih u 2015. godini, dok je istovremeno zabilježen rast u broju realiziranih dolazaka od 5% kojih je ostvareno 432.138.

Razlozi ovom značajnom rastu leže u činjenici izuzetno povoljnih vremenskih prilika u glavnoj sezoni, geo-političkih prilika na konkurentnim receptivnim tržištima, te poduzetim aktivnostima promocije na stranim tržištima. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Slovenija (27%), Njemačka (18%), Austrija (15%), Italija (10%) i Hrvatska (5%).

Ako pak promatramo realizaciju noćenja u periodu I-VI mjesec i IX-XII mjesec odnosno period predsezone i posezone, u kojima dolaze do izražaja, između ostalog, i poduzete aktivnosti u razvoju proizvoda na nivou klastera (nogomet, tenis, wellnes, bike i gourmet) možemo konstatirati da je i u navedenom periodu zabilježen porast broja noćenja od 4% u odnosu na 2015. godinu.

Veseli činjenica da sa sva tržišta iz top 10, izuzev Italije, nastavljaju svoj porast u broju ostvarenih noćenja, a posebice možemo biti zadovoljni početkom oporavka nizozemskog tržišta koje je izuzetno bitno za kampove.

Tablica 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2015. i 2016. godini na području TZG Umag

Zemlja	2015.	%	2016.	%	Indeks
Slovenija	564.114	25,43	632.828	26,54	112
Njemačka	434.098	19,57	437.793	18,36	101
Austrija	330.920	14,92	351.400	14,74	106
Italija	248.176	11,19	231.665	9,72	93
Hrvatska	99.448	4,48	112.424	4,71	113
Češka	84.095	3,79	100.548	4,22	120
Poljska	59.099	2,66	73.178	3,07	124
Rusija	56.388	2,54	51.546	2,16	91
Nizozemska	51.437	2,32	57.145	2,40	111
Mađarska	44.155	1,99	53.994	2,26	122
Slovačka	41.500	1,87	48.296	2,03	116
Švicarska	35.197	1,59	37.677	1,58	107
Ostali	170.072	7,67	196.096	8,22	115
Sveukupno	2.218.699	100	2.384.590	100	107

Izvor: TZG Umag - statistika

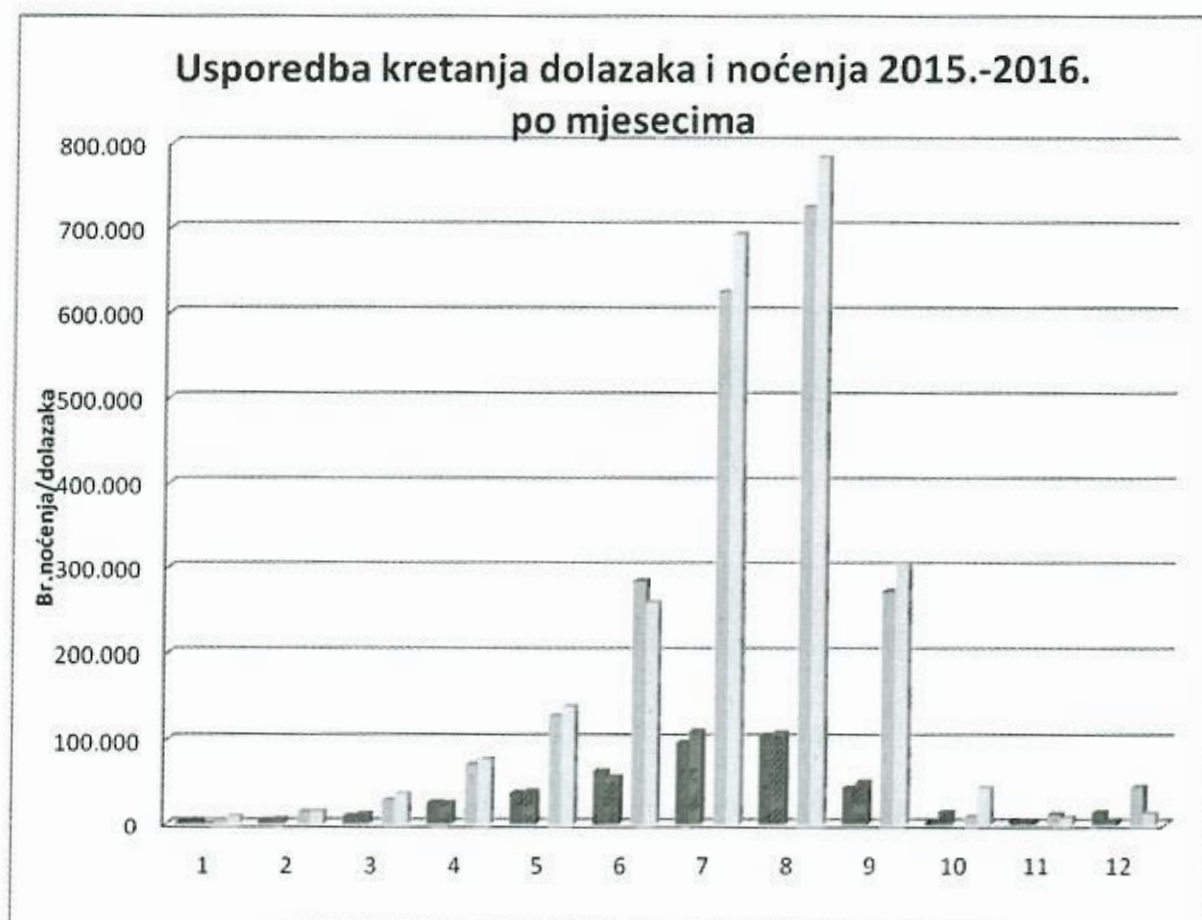
Što se tiče ostvarenih rezultata na našim tradicionalnim emitivnim turističkim tržištima u potpunosti možemo biti zadovoljni s rastom realiziranih noćenja na najvećem emitivnom tržištu – slovenskom od čak 12% u odnosu na prošlu 2015. godinu. Posebno treba istaknuti veliki povratak naših gostiju s nizozemskog tržišta (+11%) budući da se nekoliko zadnjih godina u kontinuitetu smanjivao broj gostiju u destinaciji. Ove pozitivne trendove dodatno osnažuje porast realiziranih noćenja s naša druga dva najveća emitivna tržišta, njemačkog (+1%) i austrijskog (+6%) koji porast bilježe uglavnom u terminima pred i posezone u segmentima bike, nogometa, tenisa, te općenito aktivnog odmora, ali i porast realiziranih noćenja s tržišta centralne Europe (Poljska +24%, Mađarska +22%, Češka +20% i Slovačka +16%). Što se tiče domaćih gostiju oni godine rastu čak 13% u noćenjima, a to je rezultat ponovnog dolaska većeg broja organiziranih grupa na području destinacije Umag (sportske igre tvrtki i institucija).

Tablica 3. Ostvarenje noćenja po mjesecima u 2015. i 2016. godini

Mjeseci	2016.		2015.		IDX dol.	IDX noć.
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja		
Siječanj	2.651	9.332	1.516	5.334	175	175
Veljača	5.597	15.608	4.872	14.574	115	107
Ožujak	12.269	36.783	9.429	29.116	130	126
Travanj	25.557	77.021	26.050	70.991	98	108
Svibanj	39.163	138.965	36.961	127.494	106	109
Lipanj	56.260	259.117	63.130	284.342	89	91
Srpanj	110.134	692.473	96.699	624.037	114	111
Kolovoz	107.914	783.423	105.302	724.774	102	108
Rujan	50.460	306.032	43.455	271.819	116	113
Listopad	14.657	43.866	2.826	9.086	519	483
Studeni	2.587	8.470	4.820	12.303	54	69
Prosinac	4.889	13.500	14.584	44.829	34	30
Ukupno:	432.138	2.384.590	409.644	2.218.699	105	107

Izvor: TZG Umag – statistika

Grafikon 1. Usporedba kretanja dolazaka i noćenja 2015.-2016. po mjesecima



Tablica 4. Ostvarenje noćenja po vrsti objekta u 2015. i 2016. godini

Podvrsta objekta	2016.		2015.		IDX noć
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	
Hotel	153.320	619.107	153.642	621.677	100
Pansion	5.204	18.445	4.867	16.051	115
Turističko naselje	62.737	365.551	87.795	329.749	111
Turistički apartmani	25.355	136.764	26.684	129.935	105
Kamp	80.632	448.496	79.238	446.001	101
Kampiralište i organiz. kampiranje	587	4.686	685	5.132	91
Objekti u domaćinstvu	53.771	338.754	35.779	238.527	142
Apartman, soba, kuća za odmor	28.921	165.399	2.874	199.065	83
Hostel, prenoćište	7.005	40.319	5.872	32.598	124
Vikendica, kuća i stan stanovnika	14.606	247.069	12.208	199.964	124
Ukupno:	432.138	2.384.590	409.644	2.218.699	107

Izvor: TZG Umag – statistika

S obzirom da je 2016. godina prva godina korištenja E-visitora kao centralnog sustava za prijavu, odjavu i evidenciju turističkih noćenja te da je dosadašnja evidencija vođena u drugom sustavu i na drugačiji način, gornju usporedbu po vrsti objekta treba uzeti s rezervom. Do postavljanja sustava evisitor obveznici su sami birali vrstu smještaja prilikom prijave gostiju, a od ove godine sustav dodjeljuje po realnoj kategorizaciji, stoga je moguće odstupanje po vrstama.

U 2016. godini se nastavlja rast u segmentu privatnog smještaja i to za 15%, dok su hoteli i kampovi na razini ili malom rastu u odnosu na 2015. godinu. Značajniji rast bilježe još i turistička naselja te turistički apartmani.

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 2016. godini financirao troškove zaposlenih djelatnika na poslovima naplate boravišne pristojbe u odnosnoj Lučkoj kapetaniji tj. ispostavi. Noćenja ostvarena u segmentu nautičkog turizma nisu evidentirana, ali će se od 2017. i ta noćenja evidentirati kroz sustav evisitor.

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."

Ciljevi TZIŽ za 2016. godinu:

1. Realizacija sezone, tržišta, marketinška komunikacija:

- Povećanje fizičkog obujma prometa od 1% u odnosu na procjenu ostvarenja za 2015. 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

1.2 Ciljevi Marketing plana klastera u 2016. godini

Vizija i ciljevi klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje Vizija i ciljevi klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, bili su usko povezani s ciljevima TZIŽ.

Plan Klaster Sjeverozapadne Istre za 2016. godinu dao je konkretne smjernice, set aktivnosti i projekte koji su svoje uporište imali u usvojenom modelu sustavnog destinacijskog marketinga.

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2016. godini:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za 1% u odnosu na 2015. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje u 2015 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 (Tour d' Croatia, Moto bike susrete, Istria Winter Cup, Istria Bike Days, Istria Granfondo, Festival rukometa, Istria Wine & Walk, Istra Wine Run, 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. Ako pak promatramo realizaciju noćenja u periodu I-VI mjesec i IX-XII mjesec odnosno period predsezona i posezone, u kojima dolaze do izražaja, između ostalog, i poduzete aktivnosti u razvoju proizvoda na nivou klastera (nogomet, tenis, wellness, bike i gourmet) možemo konstatirati da je i u navedenom periodu zabilježen porast broja noćenja od 4% u odnosu na 2015. godinu.

2. Administrativni rashodi

2.1 Turistički ured

Ured Turističke zajednice grada Umaga je i u 2016. godini koordinirao, organizirao i pripremao dokumentaciju za potrebe tijela zajednice - održale su se dvije sjednice Skupštine TZ grada Umaga, dvije sjednice Nadzornog odbora, četiri sjednice Turističkog vijeća te niz koordinacija s članovima odbora 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. Uštede u troškovima administrativnih rashoda 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 18,71%

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rad turističkog ureda <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	1.749.000 kn	1.639.847 kn

2.2 Rad tijela Turističke zajednice

SKUPŠTINA TZG Umag

Tijekom 2016. godine održale su se 2 (dvije) sjednice Skupštine koje su, na dnevnom redu imale zakonom propisane zadaće koje Skupština TZG Umag mora obavljati (čl. 15. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08)).

- **Sjednica Skupštine 29. veljače 2016.** - DNEVNI RED: Verifikacija zapisnika sa 15. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 08. 12. 2015. godine; Razmatranje i usvajanje Izvješća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2015. godinu sa Upitnikom o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2015. godinu; Razmatranje i usvajanje Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2015. g.; Razmatranje i usvajanje Izvješća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01.01.-31.12.2015.g., te njegovo usvajanje; Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2015.; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga za provođenje postupka: a) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije, b) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Istraturist-a d.d. za provođenje postupka: a) za razrješenje dosadašnjih članova Vijeća i Skupštine Turističke zajednice grada Umaga, b) za izbor novih članova Vijeća i Skupštine Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Skupštine 06. prosinca 2016.** - DNEVNI RED: Verifikacija zapisnika sa 16. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 29. 02. 2016.; Razmatranje i usvajanje Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2017. godinu sa Financijskim planom, te donošenje Odluke o njegovom izvršenju; Razmatranje i usvajanje prijedloga Uprave „Istraturist-a“ d.d. Umag: a) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga, b) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja.

TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag

Tijekom 2016. godine održale su se 4 (četiri) sjednice Turističkog vijeća TZG Umag koje su, između ostalog, kao dnevni red imale zakonom propisane zadaće koje Turističko vijeće TZG Umag mora obavljati (čl. 17. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08)).

- **Sjednica Turističkog vijeća 19. veljače 2016.** - 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 2015. godinu sa Upitnikom o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2015. godinu; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2015. g.; Razmatranje

Izvešća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2015. g., te njegovo usvajanje; Razmatranje Izvešća o radu direktora turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga u 2015., te njegovo usvajanje; Razmatranje Izvešća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2015.; Izbor revizorske kuće za revizijski uvid za 2016.; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga za provođenje postupka: a) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije, b) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Istraturist-a d.d. za provođenje postupka: a) za razrješenje dosadašnjih članova Vijeća i Skupštine Turističke zajednice grada Umaga, b) za izbor novih članova Vijeća i Skupštine Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 11. ožujka 2016.** -DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Razmatranje pristiglih prijava na natječaj i imenovanje direktora Turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga.; Odluka o imenovanju osoba sa pravom potpisa; Razmatranje i usvajanje izmjena Pravilnika o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta Turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 30. svibnja 2016.** -DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Informacija o radu i financijsko izvješće 1.1.2016.-30.4.2016.; Razmatranje i usvajanje izmjena Pravilnika o ustroju i sistematizaciji radnih mjesta Turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Odluke o dodjeljivanju priznanja i novčanih nagrada za najbolje uređeni okoliš stambenog objekta, najljepše uređeni balkon, te poslovni prostor u 2016.; Razmatranje i donošenje mišljenja o Nacrtu prijedloga Odluke o ugostiteljskoj djelatnosti; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 11. studenog 2016.** -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. 09. 2016.; Utvrđivanje prijedloga Programa rada Turističke zajednice za 2017. godinu sa Financijskim planom; Razmatranje prijedloga Komisije i donošenje Odluke o dodjeljivanju priznanja i novčanih nagrada za najbolje uređeni okoliš poslovnog objekta, najljepše uređeni balkon, te izlog u 2016. godini; Razmatranje i usvajanje prijedloga Uprave „Istraturist-a“ d.d. Umag: a) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga, b) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga; Donošenje Odluke o prodaji kombi vozila Turističke zajednice grada Umaga; Tekuća pitanja.

NADZORNI ODBOR TZG Umag

Tijekom 2016. godine održale su se 2 (dvije) sjednice Nadzornog odbora koje su za dnevni red imale zakonom propisane zadaće koje Nadzorni odbor TZG Umag mora obavljati (čl. 19. i 20. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08):

- **Sjednica Nadzornog odbora 12. veljače 2016.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Izbor predsjednika Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Razmatranje provedbe Programa rada i Financijskog izvješća Turističke zajednice grada Umaga za 2015. godinu; Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2015.; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Nadzornog odbora 03. kolovoza 2016.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga, Financijsko izvješće Zajednice za razdoblje 01. 01. – 30. 06. 2016.; Izvještaj o prihodima i rashodima Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. siječnja do 30. lipnja 2016.; Tekuća pitanja.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Skupština (2 sjednice)	ožujak prosinac	29.02.2016. 06.12.2016.
Turističko vijeće (4 sjednica)	veljača ožujak svibanj studeni	19.02.2016. 11.03.2016. 30.05.2016. 11.11.2016.
Nadzorni odbor (2 sjednice)	veljača kolovoz	12.02.2016. 03.08.2016.
Ukupni iznos	40.000 kn	30.124 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 eventni 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 jakim karizmom na nivou cijelog klastera.

Definirane su i aktivnosti u razvoju i upravljanju klusterskim eventima:

a) definiranje klusterskih evenata (postojećih i novih)

Eventni sa jakim karizmom na nivou cjelog klastera definirani se kao klusterski eventni. Interes je clustera 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

Klusterski eventi 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 klusterska i događanja na području TZG Umag. U klusterska događanja spadaju: Motobike susreti Umag, Mega koncerti, UmaGOblues, Svjetsko prvenstvo veterana u tenisu. 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 klusterske projekte Turistička zajednica grada Umaga je bila suorganizator ili je pak sufinancirala slijedeća događanja na području destinacije Umag: ACR Musifest, Umagični blagdani i U srcu ljeta.

Kulturne manifestacije

Kao i kod zabavnih manifestacija kulturna su događanja bila podijeljena na klusterska 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 Umago Classica.

Na području destinacije Umag, TZG Umag je sufinancirala slijedeća događanja: Znanstveni skup Tomizza 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 Konzum Croatia Open Umag, u klasterska događanja još spada i čitav niz teniskih GMP i ITF turnira. Osim teniskih evenata na nivou klastera realizirale su se i jedriličarske regate: regata Monfalcone – Umag – Monfalcone, Istarska regata, i Mittel Europa Opti Race. U segmentu nogometa uspješno je organiziran 6. Istria Winter Cup u veljači 2016. godine. U proizvodnju bike u ožujku je realizirana cestovna utrka 13. Istarsko proljeće i 4. Umag Trophy u suradnji s BK Kamen, dok je u listopadu po peti put realizirana cestovna utrka biciklista 5. Istria Granfondo u suorganizaciji Grada Umaga i Grada Novigrada, te dvije najveće hotelske kuće Istraturist d.d. i Aminess 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 koliku je promociju Gradu Umagu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj dosad donio ATP Konzum Croatia Open Umag. Ovaj je turnir, koji se 2016. godine po dvadeset i sedmi put održao u Umagu, postao zaštitni znak Umaga i referentna točka svekolikog događanja u Umagu i široj okolici. U protekloj 2016. 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. I u 2016. godini su na Istrian Gourmet Festivalu bila predstavljena neka od najboljih istarska vina koja su dobila brojne nagrade prilikom sudjelovala na izložbama vina u zemlji i inozemstvu.

Osim ATP-a 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) koji vodi proslavljeni hrvatski košarkaški as Aramis Naglič kao i sajam sporta i sportske opreme Umag sports u okviru projekta 100 milja Istre.

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 2016. godini, čak 68 objekta se nalazi na području sjeverozapadne Istre.

U segmetu gourmeta međusobna suradnja i povezivanje Turističkih zajednica klastera došla je do izražaja u organizaciji jedanaestih Dana istarskih šparuga, osmihi Dana švoja, četvrtih Dana jadranskih lignji i trećih Dana školjaka. Osim ova četiri gourmet događaja u 2016. 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 2017. godini.

Tradicionalna fešta Dan rajčica je i u 2016. godini polučila veliki uspjeh okupivši na Trgu slobode nekoliko tisuća gostiju.

U 2016. godini ostvareni su veći prihodi od planiranih ostvareni od TZIŽ za sufinanciranje manifestacije Taste Istria, a također je ostvareno i 100.000 kn od upravnog odjela za turizam Istarske županije, također za ranije navedenu manifestaciju. Odlukom TV TZG Umaga navedena sredstva su i utrošena u poboljšanje kvalitete i proširenje turističke ponude manifestacije Taste Istria.

Aktivnosti		Planirano	Ostvareno
Potpora projektima Klastera <i>veljača - lipanj / rujana - prosinac</i>	Zabavne	520.000 kn	482.750 kn
	Kulturne	50.000 kn	50.000 kn
	Sportske	972.600 kn	869.662 kn
	Gourmet	705.000 kn	899.842 kn
	MICE	100.000 kn	0 kn
Potpora projektima grada Umaga <i>veljača - lipanj / rujana - prosinac</i>	Zabavne	110.000 kn	97.976 kn
	Kulturne	25.000 kn	29.610 kn
	Sportske	57.000 kn	49.313 kn
	Gourmet	80.000 kn	54.521 kn
	Ostalo	30.000 kn	533.777 kn
Ukupni iznos		2.649.600 kn	3.067.451 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 2016. godini TZG Umag je nastavila suradnju s Udrugom privatnih iznajmljivača kroz sufinanciranje podizanja kvalitete usluge na web portalu Udruge.

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

3.3 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 realizirana je tijekom 2016. godine, ali planirani seminari u suradnji s TZIŽ nisu realizirani na području TZG Umag.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja HTZ, MINT, TZIŽ, JLS i privatnog sektora <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	5.000 kn	0 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 2016. 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.

Ukupni budget za razvoj navedenih proizvoda u 2016. godini bio je 1.369.979 kn, a udio TZG Umaga iznosio je 446.088 kn (32,56%). Realizirane su planirane aktivnosti po navedenim proizvodima te je trošak navedenih aktivnosti u visini planiranih vrijednosti.

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. Ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala, realizirana je video produkcija za 6. Istria Winter Cup te je izrađen reprint materijala za IWC odnosno prezentacijske brošure za proizvod nogometa. U 2016. godini je po šesti put organiziran međunarodni nogometni turnir Istria Winter Cup.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj nogometa u 2016. godini iznosi 280.425 kn. Udio TZG Umag u razvoju nogometa u 2016. godini iznosi 61.781 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom nogometa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	62.000 kn	61.781 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 2016. 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), postavljene informativne table za bicikliste (3), postavljene su dodatne informativnih tabela duž staze s navedenim udaljenostima u km i nazivima lokacija. Osim navedenog realizirana je standardizacija Pravilnika za certificiranje Bike hotela/Bike boutique hotela/Bike and beda, standardizacija Pravilnika za certificiranje Bike friendly pointova (točke na stazi - objekti sa osnovnim uslugama za bicikliste - set alata, rezervni djelovi, informativni materijali za bicikliste, wifi, energetska napitci), standardizacija Procedure za čišćenje i održavanje biciklističkih staza i signalizacije, kao i certificiranje novih bike hotela na području clustera (trenutno 12 bike hotela), a trasirane su nove staze za cestovne bicikliste (13 staza) čija je karta tiskana u 2016 godini.

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: 10 (6 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj), novinari u organiziranom posjetu: 18 (12 iz inozemstva / 6 iz Hrvatske), realizirana je video i foto produkcija proizvoda bike (teme: promo video – Istria Granfondo 2016.), ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar klaster portala, realizirani su materijali – letak Bike hotels Sol Garden Istra i Maestral kao i reprint bošura – Bike event, a realizirana je i suradnja (promotor klastera) s hrvatskim profesionalnim biciklistom Vladimirom Miholjevićem.

Osim navedenog u 2016. je održano 25 rekreativnih biciklijada, peta etapa biciklističke utrke kroz Hrvatsku 'Tour of Croatia', a po peti put je organiziran međunarodni biciklistički maraton Istria Granfondo na kojem je u Umagu i Novigradu u dva dana bilo 1.000 biciklista iz 12 zemalja.

TZG Umag je i ove godine sklopio Ugovor o promociji turističke destinacije kroz postavljanje logotipa destinacije na bicikle i stanice u sustavu Park&Ride.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj bike-a u 2016. godini iznosi 385.569 kn. Udio TZG Umag u razvoju bike-a je iznosio 264.173 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom bike-a na nivou klastera <i>kontinuirano</i>	120.000 kn	119.712 kn
Bike signalizacija <i>siječanj/prosinac</i>	38.000 kn	40.761 kn
Održavanje staza <i>kontinuirano</i>	6.000 kn	3.700 kn
Park&Ride <i>siječanj/prosinac</i>	100.000 kn	100.000 kn
Ukupni iznos	264.000 kn	264.173 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 realizirana su dva svjetska prvenstva, Svjetsko prvenstvo za mlade veterane u Umagu u svibnju te Svjetsko prvenstvo za super seniore u rujnu 2016. godine. Nastavljena je foto i video produkcija proizvoda tenis, te ažurirana prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala. U svibnju su organizirani GMP i ICC 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.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj tenisa u 2016. godini iznosi 234.166 kn. Udio TZG Umag u razvoju tenisa u 2015. godini je iznosio 78.114 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom tenisa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	78.000 kn	78.114 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 (1 u inozemstvu Tempo libero Bolzano / 2 u Hrvatskoj - Umag Sport i Zagreb; dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 11 (7 iz inozemstva i 4 iz Hrvatske); realizirana video produkcija proizvoda wellness; realizirana priprema reprinta prezentacijske brošure (u tijeku priprema sadržaja); realiziran tisak letaka Wellness Moments. U segmentu prodaje realizirana je priprema tematskih paketa i komercijalizacija istih (Bike&Wellness, Gourmet&Wellness).

Osim navedenog u 2016. godini realizirana su dva eventa: Wellness moments i Welldays u Umagu.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj wellness-a u 2016. godini iznosi 168.750 kn. Udio TZG Umag u razvoju wellness-a iznosio je 56.518 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom wellnessa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	57.000 kn	56.518 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: 6 (2 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj), ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala, realiziran je tisak promotivni materijali odnosno letci gourmet manifestacija klastera, realiziran je reprint prezentacijske brošura gourmet proizvoda. U segmentu organizacije eventa ukupno je realizirano 15 eventa između kojih su se po dvanaesti put održali Dani istarskih šparoga, deveti put Dani švoja, peti put Dani jadranskih lignji, a četvrti put su u veljači odnosno ožujku 2016. 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 2016. godini iznosi 301.069 kn. Udio TZG Umag u razvoju gourmet-a iznosio je 129.080 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom gourmeta na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	130.000 kn	129.080 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 2016. 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 2016. 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 2016. 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 2016. godini u razvoju e-marketinga realizirano je slijedeće:

- Napravljen redizajn homepage-a sa istaknutim produktima (te dodatna unapređenja za korisnike)
- Poboľšana kvaliteta i pozicija bloga (Integracija Twitter feeda i YouTube kanala, istaknute Social ikone, Integriran Like gumb na svaki članak, omogućeno klikanje na imena autora, generiranje tvita koji se sastoji od linka na @ColourofIstria Twitter profil, promjena jezika)
- Implementiran novi EDIT CMS sustav
- Ugrađen Google Tag Manager za dodatnu analitiku
- Napravljen novi dizajn newslettera i raspored slanja 1 x mjesečno
- Odrađen foto natječaj i odabrani fotografi sa kompletnim ciljevima
- Napravljen kampanja za mobilnu aplikaciju sa uspješnim rezultatima (web poruka, Facebook, Instagram, newsletter)
- Samostalno odrađena kompletna promocija Granfodno eventa na 3 jezika uz poboljšanje rezultata
- Napravljen integracija COI i Parkandride web stranice
- Odrađen vrlo uspješnan nagradni natječaj MyWelldays

Aktivnosti su sufinancirane od strane dionika prema udjelima u ukupnom broju realiziranih noćenja turističkih zajednica na nivou klastera (a pripadajuće kompanije sufinanciraju turističke zajednice na čijem području imaju smještajne kapacitete).

Ukupni iznos uloženih sredstava na nivou klastera za razvoj e-marketinga u 2016. godini je iznosio 782.800 kn. Turistička zajednica grada Umaga je sufinancirala razvoj klaster weba u 2016. godini u iznosu od 228.669 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
www.coloursofistria.com razvoj, održavanje, upravljanje <i>kontinuirano</i> e-promocija / e-projekti <i>kontinuirano</i> SEO <i>siječanj/lipanj</i>	229.000 kn	228.669 kn
TZIŽ - online kampanje <i>kontinuirano</i>	30.132 kn	30.132 kn
Ukupni iznos	259.132 kn	258.801 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 2016. 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 gore navedim emitivnim tržištima. Ukupna marketinška vrijednost tih PR aktivnosti na nivou klastera iznosi oko 500.000 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 2016. godini.

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umaga izdvojila za dovodenje novinara i PR na stranim tržištima iznosi 40.043 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
TZIŽ - studijska putovanja novinara <i>kontinuirano</i>	20.088 kn	20.088 kn
TZ Umag - promocija na stranim tržištima <i>kontinuirano</i>	20.000 kn	19.955 kn
Ukupni iznos	40.088 kn	40.043 kn

BROŠURE I TISKANI MATERIJAL

Što se tiče tiskanja brošura u suradnji s TZIŽ u 2016. godini TZG Umag je sufinancirala tiskanje brošura po proizvodima u iznosu od 16.376 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 2016. 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 2016. godini je realiziran tisak bike vodiča.

Ukupni iznos uložениh sredstava TZG Umag za tisak klusterskih brošura u 2016. godini iznosio je 120.265 kn. TZG Umag je za potrebe ureda (papirne galanterija) i tisak planova grada kao i mapa i vrećica destinacije dodatno utrošila 89.603 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Priprema, prijavodi i tisak brošura <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	340.494 kn	211.640 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. Budući da je u 2016. godini bilo štete na cestovnoj i smeđoj signalizaciji, bilo je potrebno relizirati zamjenu navednih, pa je sukladno tome relizirano 7.688 kn troška.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Zamjena cestovne signalizacije <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	14.000 kn	7.688 kn

4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U modelima oglašavanja u 2016. godini (modeli Ia, Ic, Id), 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 2016. 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 364.771 kn kako je to definirano Strateškim marketing planom čiji je potpisnik.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji promotivnih kampanja (HTZ) <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	375.942 kn	364.771 kn

4.4 Oglašavanje - ostalo

TZG Umag je radi što boljeg informiranja lokalne zajednice o provedbi zacrtanih aktivnosti/projekta/eventa na nivou destinacije Umag sklopila ugovore s lokalnim medijima u kojima je prezentirala navedeno. Osim toga, TZG Umag je u 2016. godini sklopila Ugovor o promociji destinacije Umag kroz isticanje logotipa destinacije na regatnoj jedrilici Umago Shinning. Trošak TZG Umag u ovoj stavci oglašavanja je 162.152 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s lokalnim medijima na realizaciji oglašivačkih kampanja aktivnosti/projekta/eventa destinacije <i>siječanj/prosinac</i>		
Ukupni iznos	243.123 kn	162.152 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 2016. 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 2016.)
- Gourmet (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP klastera 2016.)

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umag utrošila na prezentacije u 2016. godini iznosi 8.976 kn. Prezentacije u segmentima bike, tenis, nogomet, wellness i gourmet realizirale su se u okviru i veličinama navedenim u Marketing planu klastera za 2016. godinu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji prezentacija – Treviso <i>rujan/listopad</i>		
Ukupni iznos	11.500 kn	8.976 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/Istra		
Ukupni iznos	30.000 kn	12.596 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 2016. godinu realizirane su sljedeće aktivnosti:

- Seminari vezani uz DMM i razvoj proizvoda
- Seminari vezani uz novi program e-visitor
- Nabavka stručne literature

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Edukacija djelatnika, seminari, benchmark putovanja <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	40.000 kn	17.120 kn

6.2 Koordinacija članova TZ-a

Tijekom 2016. godine održano je 5 (pet) koordinacija članova odbora klastera u cilju praćenja realizacije Marketing plana klastera za 2016. 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 i direktora TZ klastera <i>kontinuirano</i>		
Koordinacija direktora LTZ-a <i>srpanj</i>		
Ukupni iznos	13.000 kn	8.578 kn

7. Marketinška infrastruktura

7.1 Istraživanje tržišta

U suradnji s TZIŽ proveden je Market research u kojemu je TZG Umaga sudjelovala s 5.022 kn.

Planirana aktivnost Mystery guest u 2016. nije provedena s obzirom da je Institut za poljoprivredu i turizam iz Poreča u suradnji s upravnim odjelom za turizam Istarske županije provodio navedeni program u okviru svojih projekata te sufinanciranje nije bilo potrebno.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Mystery guest <i>kontinuirano</i>	23.900 kn	0 kn
TZIŽ Market research <i>kontinuirano</i>	5.022 kn	5.022 kn
Ukupni iznos	28.922 kn	5.022 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 2016. godini iznosio je 40.000 kn. TZG Umag je mimo navedene baze na nivou clustera izdvojila 2.511 kn kroz sufinanciranje baze fotografija TZIŽ.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Fotografiranje i snimanje <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	5.275 kn	2.511 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 2016. 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 2016. godini iznosu od 79.238 kn, dok je udio sufinanciranja TD Savudrija bio 76.507 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Provođenje aktivnosti/manifestacija <i>travanj, svibanj, lipanj, srpanj, kolovoz, rujan, listopad, studeni</i>		
Ukupni iznos	190.000 kn	155.745 kn

9. Ostalo

9.1 Sanacija oštećenja u uredu TZG umag

U 2016. godini došlo je do prokišnjavanja krova u TIC Umag koji je morao biti hitno otklonjen, pa je sukladno dobivenoj ponudi realiziran popravak sustava koji je generirao trošak od 2.500 kn sukladno Programu rada i finacijskom planu TZG Umag za 2016 godinu.

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., Turistička zajednica Grada Umaga i Grad Umag zajednički donose program korištenja 30% sredstava boravišne pristojbe naplaćene na svojem području tijekom godine.

Sredstva iz prethodnog stavka predstavljaju prihod proračuna Grada Umaga i koriste se za poboljšanje turističke ponude uređenjem Grada Umaga kao turističke destinacije.

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:

- Održavanje urbane opreme
- Uređenje grada prigodnom dekoracijom
- Manifestacije i projekti u svrhu povećanja turističke ponude
- Organizacija sportskih aktivnosti, turnira i sajma
- Kulturno zabavni ljetni programi
- Sufinanciranje zajedničkih programa i manifestacija

Osim navedenog Grad Umag je u 2016. godini uložio više od 8.000.000,00 kuna sredstva iz drugih vlastitih izvora prihoda za aktivnosti s ciljem poboljšanja turističke ponude kao što je sanacija, održavanje i uređenje plaža i obale, održavanje te uređenje parkova i zelenih površina, dječjih igrališta i urbane opreme.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Uređenje destinacije Umag <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	2.005.500 kn	2.062.109 kn

TD SAVUDRIJA

Istarska ulica
Bašanija

Izveštaj o radu TD Savudrije za 2016. godinu

Savudrija, 9. veljače 2017. godine

01. MANIFESTACIJE

01.1. Golf turnir "Savudrija open 2016"

01.2. Prvomajski nogometni turnir 2016

01.3. Pučka fešta "Sagra salvorina"

01.4. Pučka fešta "Zambratija fest"

01.5. Pučka fešta "Morska fešta"

01.6. Proslava Sv. Petra

01.7. Regata storica – Venezia

01.8. Pločkarski turnir "Memorijal Branko Jurić"

02. UREĐENJE SLUŽBENOG VOZILA

03. PROMOTIVNE AKTIVNOSTI ZA GOURMET PROIZVOD

04. RAD TIC-A

01. MANIFESTACIJE

01.1. Golf turnir "Savudrija open 2016"

U suradnji sa golf klubom "Savudrija – Istra", na golf igralištu Skiper Adriatik, održan je 6. Po redu golf turnir "Savudrija open" koji je okupio 80 igrača pretežno iz Slovenije, Austrije i naravno Hrvatske. Kao i proteklih godina organizacija, igralište i opći dojam turnira ocijenjen je visokim ocjenama od samih učesnika o čemu govori i konstantni porast učesnika.

01.2. Prvomajski nogometni turnir 2016

U organizaciji ovog već tradicionalnog nogometnog turnira kojeg organizira savudrijski nogometni klub učestvovali pružanjem logističke potpore.

Učestvovanje velikog broja ekipa govori o značaju koji ima ovaj turnir.

01.3. Pučka fešta "Sagra salvorina"

"Sagra salvorina" organizirana je u suradnji sa ZT i MO Savudrije na prostoru savudrijskog nogometnog igrališta u naselju Bašanija.

Manifestacija je okupila oko 200 rekreativnih sportaša iz cijele Hrvatske koji su se takmičili u raznim sportovima.

U sjedištu NK Savudrije tom je prilikom otvorena izložba "70 godina nogometnog kluba Savudrija".

U večernjim satima nastupi Folklornog društva Umag , ženske vokalne skupine "Frndalice" iz Lanišća te Folklornog društva "Prosvjeta" iz Vojnića upotpunili su zabavno program manifestacije, naravno uz neizostavnu kulinarsku ponudu našeg kraja.

01.4. Pučka fešta "Zambratija fest"

Na prostoru luke u naselju Zambratija, a u suradnji sa MO Savudrije organizirali smo ovu već tradicionalnu manifestaciju.

Pored same gastronomske ponude ovog kraja i nastup lokalnih muzičara gostima je prezentirana savudrijska batana te dana mogućnost da gosti sami nauče osnove veslanja na istoj. Obzirom na limitirani prostor luke neke dodatne aktivnosti nije bilo moguće organizirati.

01.5. Pučka fešta "Morska fešta"

U kolovozu smo u suradnji sa ZT i MO Savudrije organizirali tradicionalnu pučku feštu "Morska fešta" na prostoru savudrijske luke.

Glavni akcent manifestacije dat je na more i na život sa i od mora. Značajno je bilo učešće savudrijskih ribara i ugostitelja pogotovo vezano za sudjelovanje u takmičenju pripreme najboljeg savudrijskog savora kao tradicionalnog jela koji se nažalost sve rjeđe može pronaći na jelovnicima naših ugostiteljskih objekata. Navedeno takmičenje dio je projekta brendiranja savudrijskog savora kao prepoznatljivog jela našeg kraja.

Pored uobičajene ponude morskih delicija, degustacija vina i ulja lokalnih proizvođača, posjetiteljima je ponuđena i besplatna vožnja savudrijskim batanama, mali tečaj veslanja na batanama kao i doživljaj ribolova "na sviću" koji je oduševio pogotovo naše strane goste.

01.6. Proslava Sv. Petra

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 kao i već tradicionalno veslanje sa savudrijskom batanom. Zapaženi nastup imale su i predstavnice udruge veslačica iz Izole koje su demonstrirale razne načina veslanja na batanama. Posebnu pažnju privukla je simulacija gradnje savudrijske Batane koju su predstavili članovi udruge "Batana salvorina" kao i svečano otvorenje montažnog objekta koji će služiti kao sjedište navedene udruge.

Manifestaciju je posjetilo zasigurno više od tisuću gostiju.

01.7. Regata storica – Venezia

Naše već tradicionalno sudjelovanje na "Regata storica di Venezia" ponovilo se je i u 2016. godini.

Naši vrijedni veslači dostojno su predstavili naš Grad obzirom na raspoloživa sredstva i način organizacije sudjelovanja. Smatram da bi trebali puno značajnije iskoristiti ovaj veoma popularan event u promocijskom smislu što naravno iziskuje povećanje uloženi sredstva.

01.8. Pločkarski 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 2016. godini održan je na prostoru pored savudrijskog svjetionika. U organizaciji savudrijskog pljočkarskog kluba ukupno je na turniru sudjelovalo 18 ekipa pločkara iz Hrvatske i inozemstva. Pored takmičara iz Istre, na turniru su sudjelovale i ekipe iz Slovenije, Italije i iz Zagreba.

02. UREĐENJE SLUŽBENOG VOZILA VW MULTIVAN

Predviđeni radovi oko uređenja službenog kombija WV Multivan nisu izvršena, a samim time predviđena sredstva nisu potrošena.

03. PROMOTIVNE AKTIVNOSTI ZA GOURMET PROIZVOD

Tijekom 2016. godine organizirali smo za savudrijske ugostitelje i proizvođače ulja i vina nekoliko promotivnih nastupa u, Sloveniji, Austriji i Italiji.

Slovenija

Na poziv slovenske Općine Medvode (Ljubljana), a u suradnji sa savudrijskom ZT organizirali smo promocijski nastup povodom dana Općine Medvode.

Pored predstavljanja naših vina, ulja i hrane izveden je nastup folklorne sekcije ZT Savudrije.

Medijski je naš nastup praćen putem lokalne tv postaje i od strane tiskanih medija.

Uz pomoć Načelnika Općine Medvode dobili smo besplatni prostor u Cankarijevom domu na kojemu se je u listopadu prezentirao podrum Degrassi i uljara Mate u sklopu festivala TOP VINO 2016.

Također u lipnju povodom dana otvorenih vrata aerodroma Portorož predstavili smo ulja uljare Mate te čaj od maslinovog lišća uljare Farma Jola.

Uz pomoć Gospe Patricije Gržinić iz Turističke zajednice Portorož omogućena nam je podjela gourmet vodiča našeg Klustera na info štandovima TZ Portorož tijekom trajanja Festivala Harley Davidson u znak zahvalnosti za pomoć prilikom pronalaska potrebnog smještaja na našem području a obzirom na over booking slovenske obale.

Austrija

Austrijsko emitivno tržište postaje sve značajnije za našu destinaciju, pogotovo za našu gourmet ponudu. Nažalost značajniji promotivni nastupi na ovom se tržištu nisu ostvarili tijekom 2016. godine. No, iskoristili smo prijateljski odnos sa članovima aktualnog predsjedništva udruženja JRE Austrija sa kojima smo se nekoliko puta sreli i sa kojima smo započeli konkretne dogovore za nekoliko mogućih vidova suradnje između naših i njihovih restorana sa ciljem da u 2017. godini odradimo nekoliko prezentacija naših gourmet evenata (Dani šparuga, školjaka, švoja i lignji).

Italija

U suradnji sa "Grappe Poli" talijanskim proizvođačem rakija iz Bassano del Grappa i uz pomoć Gospodina Ricardo Illyja omogućeno nam je besplatno sudjelovanje na Festivalu vina u Meranu na kojemu smo dostavili vina velikog broja istarskih proizvođača vina (naravno većinom sa područja našeg Klustera), a koje je osobno predstavio poznati talijanski novinar i somelier Giuseppe Casagrande sa kojim već godinama uspješno surađujemo oko promocije našeg gourmet proizvoda na području regije Trentino - Alto Adige.

Na poziv gourmet vodiča "The best of Alpe Adria" održali smo promocijski nastup u dvorcu talijanskog mjesta Capriua del Friuli u dvorcu Castello di Spessa gdje je uljara Mate predstavila nove brendove ulja i octa koji su namijenjeni najelitnijim restoranima. Izdavač vodiča Gospodin Maurizio Potocnik omogućio nam je veliki vizibilitet na talijanskom tržištu obzirom na trominutni intervju za emisiju TG Gusto koji se prikazuje na Canale 5 televizijske kuće Mediaset.

Pored promocijskih nastupa u inozemstvu ugostili smo na području Savudrije i Umaga veliki broj novinara u sklopu klsterskih programa promocije destinacije. Kao i do sada bili smo na raspolaganju TZŽI za vođenje novinara i blogera (projekt Share Istria) na području našeg Klustera. Isto tako samostalno smo (direktna suradnja TD Savudrija sa savudrijskim malim hotelima, proizvođačima vina i ulja te restorana) prihvatili značajni broj novinara i opinion makera koji su kroz svoje radove i projekte povećali vizibilitet Savudrije i Umaga kao turističke destinacije.

Značajan trud pridali smo ugošćavanju inspektora i izdavača gourmet vodiča (Falstaff (Austrija), Gault & Millau (Austrija), A tavola con le Venezie (Italija), Guide de L'Espresso (Italija), Best Gourmet (Italija i Austrija), Flos olei (Italija) Evoleum (Španjolska)..... Rezultati ove suradnje su vidljivi obzirom na sve veći broj naših restorana i proizvođača u renomiranim gourmet vodičima Evrope.

01. RAD TIC-A

Na poslovima podjele promocijskih materijala, informiranja, prijave i odjave gostiju angažirana je pored stalno zaposlene djelatnice i jedna sezonska 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 Klustera kao i u ostalim aktivnostima koje su nam dodijeljene od strane rukovodstva naše Ustanove.

TD SAVUDRIJA

Dario Penco

IZVJEŠĆE O RADU TURISTIČKOG DRUŠTVA LOVREČICA ZA 2016. GODINU SA FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM

Turističko društvo Lovrečica je u 2016. godini raspolagalo sa 90.000 kn.

Tim iznosom se realiziralo sljedeće:

1. Organizacija pučke fešte Svetog Ivana: koristili ukupno 9.213,03 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 35.403,15 kn

Fešta mladog kukuruza (bobiča) u Babićima doživjela je svoje jedanaesto izdanje. Višednevni program obuhvaćao je pripremu i kušanje domaće maneštre, te natjecanje u kuhanju bobiča, u tri kategorije: mjesni odbori i udruge, ugostitelj, domaćice. Održani su turniri u boćama, nogometu, u briškuli i trešeti, nastupao je puhački orkestar „Naša sloga“ iz Babića, i sl.

Manifestacija je privukla veliki broj turista i posjetitelja iz okolnih mjesta.

3. Proslava svetog Lovre - Le notti di San Lorenzo: koristili ukupno 24.621,51 kn

Središnja svečanost- proslava Sv. Lovre je i ove godine opravdala sva očekivanja uz bogat program 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 sciaavoga te noćno kupanje), dakle za svaku generaciju ponešto i ples za sve! Ovogodišnja proslava svetog Lovre je okupila do sada veliki broj posjetitelja.

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

FINANCIJSKI PLAN 2017.: Ostvarenje I-XII 2016.

Rd.broj	PRIHODI	Plan 2016	Ostvarenje 2016.	IDX	Struktura
			31.12.2016.		
1.	PRIHODI OD BORAVISNE PRISTOJBE	6.685.000	6.866.453	103	73,73
2.	PRIHODI OD TURISTICKE CLANARINE	1.224.000	1.265.137	103	13,59
3.	PRIHODI IZ PRORACUNA	50.000	80.000	160	0,86
3.1.	za programske aktivnosti	50.000	80.000	160	
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	0	0		
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	510.000	686.158	135	7,37
4.1.	Istraturist	50.000	50.000	100	0,54
4.1.1.	TIC Savudrija	0	0		
4.1.2.	sufinanciranje projekata	50.000	50.000	100	
4.2.	HTZ	100.000	94.442	94	1,01
4.2.1.	nautika	100.000	94.442	94	
4.2.2.	potpora manifestacija	0	0		
4.3.	TZIZ	360.000	441.716	123	4,74
4.3.1.	nautika	260.000	231.716	89	
4.3.2.	megaprojekti	100.000	210.000	210	
4.4.	Odjel za turizam IŽ	0	100.000		1,07
4.5.	MINT	0	0	0	0
4.5.1.	sufinanciranje projekata	0	0		
5.	PRIENOS VISKA PRIHODA IZ PRETH.GODINE	345.728	317.715	92	3,41
6.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	30.000	97.131	324	1,04
	UKUPNO PRIHODI:	8.844.728	9.312.594	105	100
Rd.broj	RASHODI	Plan 2016	Ostvarenje 2016.	IDX	Struktura
				ostv.16/pl.16	pl.2016
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.749.000	1.639.848	94	18,71
1.1.	RASHODI ZA RADNIKE	1.226.000	1.188.643	97	13,56
1.1.1.	Bruto OD	1.134.000	1.101.882	97	
1.1.1.1.	ured	398.000	402.662	101	
1.1.1.2.	TIC Umag	300.000	277.283	92	
1.1.1.3.	TIC Savudrija	330.000	327.525	99	
1.1.1.4.	LI Umag, HTZ	106.000	94.412	89	
1.1.2.	Putni troškovi	37.000	31.656	86	
1.1.2.1.	Umag	25.000	20.050	80	
1.1.2.2.	TIC Savudrija	12.000	11.606	97	
1.1.3.	Dnevnice	9.000	9.895	110	
1.1.3.1.	Umag	3.000	3.725	124	
1.1.3.2.	TIC Savudrija	6.000	6.170	103	
1.1.4.	Regresi, Božićnice	37.000	38.510	104	
1.1.4.1.	Umag	24.000	23.278	97	
1.1.4.2.	TIC Savudrija	13.000	15.232	117	
1.1.5.	Osiguranje	9.000	6.700	74	
1.1.5.1.	Umag	6.000	6.700	112	
1.1.5.2.	TIC Savudrija	3.000	0	0	
1.2.	RASHODI UREDA	483.000	421.080	87	4,81
1.2.1.	Rashodi ureda	391.000	341.930	87	3,90
1.2.1.1.	Potrošni uredski materijal i mat za čišćenje	23.000	20.565	89	
1.2.1.1.1.	potrošni uredski materijal	20.000	18.901	95	
1.2.1.1.2.	materijal za čišćenje	3.000	1.664	55	
1.2.1.2.	Struja, voda, komunalije i sl.	30.000	23.874	80	
1.2.1.2.1.	struja	22.000	18.472	84	
1.2.1.2.2.	voda	2.000	1.494	75	
1.2.1.2.3.	komunalije	6.000	3.908	65	
1.2.1.3.	Usluge HT i HP, FINA, Banke	49.000	36.399	74	
1.2.1.3.1.	telefon	26.000	20.296	78	
1.2.1.3.2.	HP	10.000	5.943	59	
1.2.1.3.3.	banke	13.000	10.160	78	
1.2.1.4.	Stručna literatura i tisak	7.000	7.358	105	
1.2.1.5.	Održavanje voznog parka	27.000	20.293	75	
1.2.1.5.1.	Umag	20.000	16.340	82	
1.2.1.5.2.	TIC Savudrija	7.000	3.953	56	
1.2.1.6.	Gorivo	32.000	23.616	74	
1.2.1.6.1.	Umag	24.000	17.228	72	
1.2.1.6.2.	TIC Savudrija	8.000	6.388	80	
1.2.1.7.	Reprezentacije i troškovi sjednica	50.000	41.103	82	
1.2.1.8.	Nabava opreme i održavanje	34.000	35.782	105	
1.2.1.8.1.	nabava opreme	4.000	4.366	109	
1.2.1.8.2.	održavanje opreme	30.000	31.416	105	
1.2.1.9.	Premije osiguranja	20.000	19.381	97	
1.2.1.10.	Usluge knjigovodstva	43.000	42.625	99	
1.2.1.11.	Otplata kredita	45.000	42.749	95	
1.2.1.11.1.	leasing auto	45.000	42.749	95	
1.2.1.11.2.	priprema sezone	0	0		
1.2.1.12.	Pravne usluge	3.000	4.569	152	

1.2.1.13	Troškovi naplate BP	8.000	3.616	45	
1.2.1.14	Troškovi usluga revizije	20.000	20.000		
1.2.2.	Rashodi TIC Umag	12.000	10.258	85	0,12
1.2.2.1	Nabava opreme	5.000	5.000	100	
1.2.2.2	Uređenje info-punkta	7.000	5.258	75	
		80.000	68.892	86	0,79
1.2.3.	Rashodi TIC Savudrija	8.000	4.496	56	
1.2.3.1	Potrošni materijal	60.000	52.413	87	
1.2.3.2	Telefon, struja, voda, najam prostora	13.000	10.225	79	
1.2.3.2.1	telefon	1.000	0	0	
1.2.3.2.2	struja	1.000	0	0	
1.2.3.2.3	voda	45.000	42.188	94	
1.2.3.2.4	najam prostora	8.000	7.975	100	
1.2.3.3	Nabava opreme	4.000	4.008	100	
1.2.3.4	Uređenje info-punkta	40.000	30.125	75	0,34
1.3.	RASHODI ZA RAD TIJELA TURISTICKE ZAJEDNICE	34.000	24.682	73	
1.3.1	Turističko vijeće	6.000	5.443	91	
1.3.2	Nadzorni odbor				
		3.320.732	3.727.249	112	42,53
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.649.600	3.067.451	116	35,00
2.1	POTPORE MANIFESTACIJAMA	630.000	580.726	92	6,63
2.1.1	Zabavne	520.000	482.750	93	
2.1.1.1	Cluster	40.000	40.000	100	
2.1.1.1.1	Motobike susreti Umag	80.000	42.750	53	
2.1.1.1.2	Mega koncerti	0	0		
2.1.1.1.3	Sea star festival	400.000	400.000	100	
2.1.1.1.4	ATP Party Nights	110.000	97.976	89	
2.1.1.2	TZG Umag	40.000	40.000	100	
2.1.1.2.1	ACR Musifest	50.000	47.976	96	
2.1.1.2.2	Umagični blagdani	0	0		
2.1.1.2.3	Ribarske noći	10.000	10.000	100	
2.1.1.2.4	Međunarodni Old Timer Rally	10.000	0	0	
2.1.1.2.5	Ostale zabavne manifestacije	75.000	79.610	106	0,91
2.1.2	Kulturne	50.000	50.000	100	
2.1.2.1	Cluster	50.000	50.000	100	
2.1.2.1.1	Zlatni lav	25.000	29.610	118	
2.1.2.2	TZG Umag	0	0		
2.1.2.2.1	Sakralno blago	10.000	10.000	100	
2.1.2.2.2	Znanstveni skup Tomizza	5.000	5.000	100	
2.1.2.2.3	Galerija Marin (izložbe)	0	0		
2.1.2.2.4	Socijalni turizam	10.000	14.610	146	
2.1.2.2.5	Ostale kulturne manifestacije	1.029.600	918.974	89	10,49
2.1.3	Sportske	972.600	869.661	89	
2.1.3.1	Cluster	192.600	216.800	113	
2.1.3.1.1	Tenis events	37.600	11.800	31	
2.1.3.1.1.1	ATP Croatia Open Umag	17.600	11.800	67	
2.1.3.1.1.1.1	karte	20.000	0	0	
2.1.3.1.1.1.2	uređenje grada ATP	125.000	175.000	140	
2.1.3.1.1.2	Svjetsko prvenstvo veterana u tenisu	30.000	30.000	100	
2.1.3.1.1.3	ITF GMP	0	0		
2.1.3.1.1.4	ICC CUP	0	0		
2.1.3.1.1.5	Istarska rivijera	110.000	39.583	36	
2.1.3.1.2	Jedriličarske regate	5.000	5.000	100	
2.1.3.1.2.1	Regata Umag-Monfalcone-Umag	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.2.2	Istarska regata	20.000	14.583	73	
2.1.3.1.2.3	Mittel Europa Opti Race	15.000	0		
2.1.3.1.2.4	Prvenstvo RH 12 god OPTIMIST	50.000	0		
2.1.3.1.2.5	FD Class Season Opening	45.000	24.530	55	
2.1.3.1.3	Nogomet	15.000	12.250	82	
2.1.3.1.3.1	Istria Winter Cup	30.000	12.280		
2.1.3.1.3.2	1. Istria Youth Cup	0	0		
2.1.3.1.3.3	Umag Trophy U 11-13	0	0		
2.1.3.1.3.4	Umag Trophy U 9-10	370.000	358.873	97	
2.1.3.1.4	Bike	70.000	58.873	84	
2.1.3.1.4.1	Istria Granfondo	60.000	60.000	100	
2.1.3.1.4.2	Istarsko proljeće	60.000	60.000	100	
2.1.3.1.4.3	Trofej Umag	160.000	160.000	100	
2.1.3.1.4.4	Tour of Croatia	20.000	20.000		
2.1.3.1.4.5	Umag Bike / Novogodišnja biciklijada	50.000	35.000	70	
2.1.3.1.5	Golf	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.5.1	Vinistra Golf Cup	15.000	0	0	
2.1.3.1.5.2	Internacionalno seniorsko prvenstvo HR	15.000	15.000	100	
2.1.3.1.5.3	Sparugada Open	100.000	100.000	100	
2.1.3.1.6	Rukomet	100.000	100.000	100	
2.1.3.1.6.1	Rukometni Umag - HRS	105.000	94.875	90	
2.1.3.1.7	Outdoor sport	5.000	5.000	100	
2.1.3.1.7.1	Brtonigla Adventure Trekk				

2.1.3.1.7.2	100 milja Istre - ultratrail utrka	50.000	50.000	100	
2.1.3.1.7.3	Wine run Parenzana	20.000	20.000	100	
2.1.3.1.7.4	Istria Wine and Walk	30.000	19.875	66	
2.1.3.1.7.5	HO-HO-HO run	0	0		
2.1.3.2	TZG Umag	57.000	49.313	117	
2.1.3.2.1	Malonogometni turnir Umag	15.000	15.120	101	
2.1.3.2.2	Kup Istre rukomet	2.000	2.000	100	
2.1.3.2.3	B4U	25.000	19.985	80	
2.1.3.2.4	8th WKF Youth Training Camp	0	0		
2.1.3.2.6	Ostale sportske manifestacije	15.000	12.208	81	
2.1.4	Gourmet	785.000	954.363	122	10,89
2.1.4.1	Cluster	705.000	899.842	128	
2.1.4.1.1	9.sмотра maslinovih ulja (Oleum Olivarum)	2.500	0	0	
2.1.4.1.2	Dani vina - Otvorena vrata vinskih podruma	2.500	0	0	
2.1.4.1.3	ATP vine tasting	200.000	199.878	100	
2.1.4.1.4	Taste Istria	500.000	699.964	140	
2.1.4.2	TZG Umag	80.000	54.521	68	
2.1.4.2.1	Dani rajčice	65.000	51.521	79	
2.1.4.2.2	Ostale gourmet manifestacije	15.000	3.000	20	
2.1.5	MICE	100.000	0	0	0
2.1.5.1	Cluster	100.000	0	0	
2.1.5.1.1	Ideja X	100.000	0	0	
2.1.6	Ostalo	30.000	533.778	1.779	6,09
2.1.6.1	TZG Umag	15.000	520.636	3.471	
2.1.6.2	Neka moja Istra blista	15.000	13.142	88	
2.2	POTPORA RAZVOJU DMO	30.000	30.000	100	0,34
2.2.1	Udruga privatnih iznajmljivača	30.000	30.000	100	
2.3	POTPORA RAZVOJU DMK	5.000	0	0	0,00
2.3.1	Seminari u suradnji s TZIZ	5.000	0	0	
2.4	RAZVOJ PROIZVODA	636.132	629.798	99	7,19
2.4.1	Cluster	601.000	599.666	100	
2.4.1.1	Nogomet	62.000	61.781	100	
2.4.1.2	Tenis	78.000	78.114	100	
2.4.1.3	Wellness	57.000	56.518	99	
2.4.1.4	Bike	264.000	264.173	100	
2.4.1.4.1	bike proizvod	120.000	119.712	100	
2.4.1.4.2	bike signalizacija	38.000	40.761	107	
2.4.1.4.3	održavanje staza	6.000	3.700	62	
2.4.1.4.4	Park&ride	100.000	100.000	100	
2.4.1.5	Gourmet	140.000	139.080	99	
2.4.1.5.1	gourmet proizvod	130.000	129.080	99	
2.4.1.5.2	vina sjeverozapadne Istre	10.000	10.000	100	
2.4.2	TZG Umag	5.000	0	0	
2.4.2.1	Tabula viva	0	0	0	
2.4.2.1	Pješačke staze	5.000	0	0	
2.4.3	TZIZ	30.132	30.132	100	
2.4.3.1	5 High Impact PPS Experiences	30.132	30.132	100	
3.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1.329.779	1.066.717	80	12,17
3.1	ONLINE KOMUNIKACIJA	259.132	258.801	100	2,95
3.1.1	INTERENET STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE	259.132	258.801	100	
3.1.1.1	TZIZ	30.132	30.132	100	
3.1.1.2	Istra D.M.C.	229.000	228.669	100	
3.2	OFFLINE KOMUNIKACIJA	451.582	280.992	62	3,21
3.2.1	PR AKTIVNOSTI - ODNOSI S JAVNOŠĆU	40.088	40.043	100	
3.2.1.1	TZIZ	20.088	20.088	100	
3.2.1.2	TZG Umag	20.000	19.955	100	
3.2.2	BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL	340.494	211.641	62	
3.2.2.1	TZIZ	10.044	17.972	179	
3.2.2.1.1	Image brošure	0	0		
3.2.2.1.2	Brošure po proizvodima	10.044	17.972	179	
3.2.2.1.3	Arhinet	0	0		
3.2.2.2	Cluster	175.450	120.265	69	
3.2.2.2.1	Image katalog	0	0		
3.2.2.2.1.1	foto	0	0		
3.2.2.2.1.2	dizajn	0	0		
3.2.2.2.1.3	prijevodi	0	0		
3.2.2.2.1.4	tisak	0	0		
3.2.2.2.2	Gourmet vodiči	0	0		
3.2.2.2.2.1	dizajn	0	0		
3.2.2.2.2.2	prijevodi	0	0		
3.2.2.2.2.3	tisak	0	0		
3.2.2.2.3	Bike vodiči / Bike Karte	116.450	60.796	52	
3.2.2.2.3.1	dizajn	15.000	1.740	12	
3.2.2.2.3.2	prijevodi	11.450	0	0	
3.2.2.2.3.3	tisak	90.000	59.056	66	

3.2.2.2.4	Mape i vrećice	12.000	11.188	93	
3.2.2.2.5	Kalendar događanja	47.000	48.281	103	
3.2.2.2.5.1	prijevodi	12.000	8.452	70	
3.2.2.2.5.2	tisak	35.000	39.830	114	
3.2.2.3	TZG Umag	155.000	73.404	47	
3.2.2.3.1	Plan grada Umaga	130.000	57.203	44	
3.2.2.3.1.1	dizajn	25.000	12.328	49	
3.2.2.3.1.2	prijevodi	25.000	0	0	
3.2.2.3.1.3	tisak	80.000	44.875	56	
3.2.2.3.2	Mape i vrećice	12.000	11.813	98	
3.2.2.3.3	Razno (memo, vizitke, kuverte i dr.)	10.000	2.063	21	
3.2.2.3.4	Distribucija promo materijala	3.000	2.325	78	
3.2.3	SUVENIRI	50.000	21.620	43	
3.2.3.1	Poslovni partneri - pokloni	20.000	18.620	93	
3.2.3.2	Suvenir	30.000	3.000	10	
3.2.4	INFO TABLE	14.000	7.688	55	
3.2.4.1	Cestovna signalizacija	7.000	2.750	39	
3.2.4.2	Panoi dobrodošlice	7.000	4.938	71	
3.2.5	SMEĐA SIGNALIZACIJA	7.000	0	0	
3.3	OGLASAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	375.942	364.771	97	4,16
3.3.1	MODEL Ic	171.729	160.558	93	
3.3.1.1	TZIŽ	124.729	124.729	100	
3.3.1.3	Kempinski Adriatic Hotel	15.000	15.000	100	
3.3.1.4	Plain Air	32.000	20.829	65	
3.3.2	MODEL Ia	77.841	77.841	100	
3.3.2.1	TZIŽ	77.841	77.841	100	
3.3.3	MODEL Id	126.372	126.372	100	
3.3.3.1	TZIŽ	126.372	126.372	100	
3.3.4	MODEL Ie	0	0		
3.3.4.1	TZIŽ	0	0		
3.4	OGLASAVANJE	243.123	162.153	67	1,85
3.4.1	Bujština	5.000	5.500	110	
3.4.2	Radio Eurostar	25.000	0	0	
3.4.3	TV Istra	42.000	0	0	
3.4.4	B2	25.000	24.625	99	
3.4.5	Umag - Umago Shining	80.000	80.000	100	
3.4.6	Ostalo	16.123	15.788	98	
3.4.7	Dobra hrana - JL	25.000	23.740	95	
3.4.8	Cro Life	25.000	12.500	50	
3.4.9	Plain Air	0	0		
4.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	41.500	21.572	52	0,25
4.1	SAJMOVI	0	0	0	0
4.2	STUDIJSKA PUTOVANJA	30.000	12.596	42	0,14
4.3	PREZENTACIJE	11.500	8.976	78	0,10
4.3.1	Italija - Magnar Ben	0	0	0	
4.3.1	Ostalo	11.500	8.976	78	
5.	INTERNI MARKETING	53.000	25.698	48	0,29
5.1	EDUKACIJA	40.000	17.120	43	0,20
5.2	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	13.000	8.578	100	0,10
5.2.1	Cluster Bord	3.000	2.999	100	
5.2.2	Direktori LTZ-a	7.000	5.579	80	
5.2.3	Članovi TZ-a	3.000	0	0	
5.3	NAGRADE I PRIZNANJA	0	0	0	0
6.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	39.219	7.533	19	0,09
6.1	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	0	0	0	0
6.2	ISTRAŽIVANJE TRZISTA	28.922	5.022	17	0,06
6.2.1	Mistery guest	23.900	0	0	
6.2.2	TZIŽ Market Research	5.022	5.022		
6.3	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	5.022	0		
6.3.1	TZIŽ Business Inteligenca System (BIS)	5.022	0		
6.4	SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA	0	0	0	
6.5	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	5.275	2.511	48	0,03
6.5.1	TZIŽ	2.511	2.511	100	
6.5.2	TZG Umag	2.764	0	0	
7.	POSEBNI PROGRAMI	210.088	175.833	84	2,01
7.1	TZIŽ	20.088	20.088	100	
7.1.1	SMP 2015-20	0	0		
7.1.2	Istra Brend Audit	5.022	5.022		
7.1.3	Big Idea	15.066	15.066		
7.2	Sufinanciranje TD Lovrečica	90.000	79.238	88	
7.3	Sufinanciranje TD Savudrija	100.000	76.507	77	

8.	OSTALO	3.000	2.500	83	0,03
8.1	Zdravstvo - HMP	0	0	0	
8.2	Sanacija oštećenja u zgradi TZG Umag	3.000	2.500	83	
8.3	Amortizacija	0	0		
8.4	Neotpisana vrijednost prod. i rashodovane imovine	0	0		
9.	TRANSFER BORAVISNE PRISTOJBE GRADU (30%)	2.005.500	2.062.109	103	23,53
9.1	Transfer Gradu	2.005.500	2.062.109	103	
9.3.	Transfer gradu - donacija		34.056		
10.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0	0
	UKUPNO RASHODI	8.751.818	8.763.115	100	100
	PRIJENOS VISKA U IDUCU GODINU	92.910	549.479		

**UPITNIK O FUNKCIONIRANJU SUSTAVA FINANCIJSKOG
UPRAVLJANJA I KONTROLA ZA 2016. GODINU**

Redni broj	Pitanje	Odgovor			
		N/P	DA	NE	DJELOMIČNO
PLANIRANJE					
1.	Godišnji program rada i financijski plan usvojeni su do 31. prosinca		X		
2.	U financijskom planu neprofitne organizacije vidljiv je rezultat poslovanja za koji se očekuje da će ga neprofitna organizacija ostvariti na dan 31. prosinca godine koja prethodi godini za koju se donosi financijski plan		X		
IZVRŠAVANJE I RAČUNOVODSTVO					
3.	Poduzete su sve potrebne mjere za potpunu naplatu prihoda iz aktivnosti neprofitne organizacije		X		
4.	U potpisanim ugovorima s dobavljačima/pružateljima usluga/izvršiteljima radova detaljno je utvrđena vrsta robe/usluga/radova koji se nabavljaju		X		
5.	Prilikom isporuke opreme/izvođenja radova obavljene su sve potrebne provjere		X		
5.1.	Oprema je isporučena/Radovi su izvedeni na način utvrđen ugovorom		X		
5.2.	Oprema je isporučena/Radovi su izvedeni u skladu s vremenskim rokovima iz ugovora		X		
5.3.	Oprema je isporučena/Radovi su izvedeni u skladu sa zahtjevima količine i kvalitete iz ugovora		X		
5.4.	Oprema je isporučena/Radovi su izvedeni na lokacijama koje su navedene u ugovoru		X		
5.5.	Oprema je isporučena/Radovi su izvedeni prema opisu iz ugovora		X		
5.6.	Oprema je isporučena/Radovi su izvedeni sukladno nacrtima, analizama, modelima, uzorcima iz ugovora		X		
5.7.	Oprema je instalirana i u upotrebi		X		
6.	Iz primke, otpremnice i drugog odgovarajućeg dokumenta potpisanog od skladištara ili druge osobe zadužene za zaprimanje robe i dobavljača vidljivo je da je prilikom preuzimanja robe utvrđena količina,		X		

	stanje i kvaliteta zaprimljene robe				
7.	Postoji izvještaj o obavljenoj usluzi odnosno druga vrsta pisanog odobrenja ili dokumentacije kojom se potvrđuje izvršenje usluge		X		
8.	O izvedenim radovima postoji privremena odnosno konačna obračunska situacija, koju odobrava osoba odnosno tijelo koje nadzire i odobrava radove		X		
9.	Na zaprimljenim računima navedeni su svi elementi računa u skladu sa zakonskim i podzakonskim propisima		X		
10.	Računi sadrže detaljnu specifikaciju roba/usluga/radova koje odgovaraju opisu i specifikaciji roba/usluga/radova definiranih narudžbenicom odnosno ugovorom		X		
11.	Za svaki račun obavljena je matematička kontrola ispravnosti iznosa koji je zaračunan što je naznačeno na računu		X		
12.	Provjereno je postojanje potpisa ili druge oznake kojom se može potvrditi da je račun odobren za plaćanje		X		
13.	Sve isplate putem blagajne obavljaju se na temelju odobrenja za isplatu koje daje zakonski zastupnik, odnosno osoba koju on ovlasti		X		
14.	Isplata sredstava temeljila se na vjerodostojnoj dokumentaciji		X		
15.	Vodi se analitička evidencija dugotrajne, nefinancijske imovine i usklađena je s glavnom knjigom		X		
16.	Zakonski zastupnik je donio odluku o osnivanju povjerenstva za popis u kojoj je odredio datum obavljanja popisa, rokove obavljanja popisa i dostavljanje izvještaja s priloženim popisnim listama		X		
17.	Povjerenstvo za popis obavilo je popis cjelokupne imovine i obveza, sastavilo izvještaj temeljem popisnih lista i predalo ga zakonskom zastupniku		X		
18.	Isknjižavanje imovine iz poslovnih knjiga provodi se isključivo nakon prodaje, darovanja ili drugog načina otuđenja ili uništenja imovine, a temeljem izlaznog računa, ugovora o kupoprodaji, zapisnika o uništenju, potvrde o odvozu na otpad i slične dokumentacije		X		
19.	Uspostavljena je evidencija svih ugovora i organizacijska jedinica, odnosno osoba zadužena za		X		

	financijsko-računovodstvene poslove ima uvid u sklopljene ugovore iz kojih proizlaze financijski učinci za neprofitnu organizaciju				
--	--	--	--	--	--

PROCEDURE FINANCIJSKOG POSLOVANJA

20.	Propisana je procedura za nabavu roba, radova i usluga		X		
21.	Postoji pisana procedura u kojoj su utvrđeni svi postupci, odgovorne osobe i kontrole koje je potrebno provesti od zaprimanja robe/izvođenja radova/izvršenja usluga, zaprimanja računa do plaćanja		X		
22.	Internim aktima su utvrđeni kriteriji za plaćanje predujmom		X		
23.	Postoji posebna pisana odluka o prijenosu ovlasti i odgovornosti za davanje naloga za plaćanje na osobe različite od zakonskog zastupnika		X		
24.	Preuzimanje višegodišnjih ugovornih obveza koje imaju financijski učinak utvrđeno je statutom ili drugim općim aktom		X		
25.	Ako se raspoloživa novčana sredstva koriste za ulaganje u vrijednosne papire i druge oblike financijske imovine, statutom ili drugim općim aktima predviđeno je takvo postupanje		X		
26.	Statutom ili drugim općim aktima su zakonskom zastupniku utvrđena ograničenja za raspolaganja imovinom		X		

IZVJEŠTAVANJE

27.	Promjene podataka iz Registra neprofitnih organizacija prijavljene su Ministarstvu financija u roku od sedam radnih dana od upisa promjene u matični registar, odnosno u roku od 30 radnih dana ako se promjena ne upisuje u matični registar		X		
28.	Aktivnosti programa i projekata financiranih iz javnih izvora provode se u skladu s ugovornim obvezama, a o provedbi se izvještavaju davatelji sredstava u skladu s ugovorima i važećim aktima		X		
29.	Za sredstva ostvarena iz javnih izvora, uključujući i sredstva državnog proračuna i proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, davatelju sredstava dostavljen je izvještaj o potrošnji proračunskih sredstava		X		
30.	Kod predaje financijskih izvještaja poštivali su se rokovi i način predaje utvrđeni Zakonom o		X		

	financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija i na temelju njega donesenim propisima				
31.	U financijskim izvještajima, uz rezultat tekućeg razdoblja, iskazan je i preneseni rezultat poslovanja (manjak/višak) iz prethodne godine		X		
32.	Na financijskim izvještajima neprofitne organizacije obavljen je revizijski uvid, odnosno revizija koja se obavlja sukladno revizijskim propisima		X		
33.	Do 30. lipnja tekuće godine na mrežnim stranicama neprofitne organizacije objavljeno je revizorsko izvješće o obavljenoj reviziji godišnjih financijskih izvještaja, odnosno o uvidu u financijske izvještaje za prethodnu godinu (sindikati i udruge poslodavaca su navedene dokumente, do 30. lipnja tekuće godine, dostavili Ministarstvu financija)		X		
34.	Pratilo se i kontroliralo namjensko korištenje donacija koje neprofitne organizacije daju drugim neprofitnim organizacijama i drugim krajnjim korisnicima		X		
35.	Programski i projektni izvještaji te ostala popratna dokumentacija je arhivirana na način i u razdoblju propisanim ugovorom o dodjeli financijskih /nefinancijskih sredstava		X		

Napomena:

Sva pitanja u Upitniku moraju biti odgovorena upisivanjem oznake »X« u odgovarajući stupac.

Ako pitanje nije primjenjivo na obveznika oznaka »X« stavlja se u stupac N/P.