



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA UMAGA

Izvešće o realizaciji Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2017.

Umag, ožujak 2018.



S A D R Ž A J

Uvod

Turistički promet

1. Vizija i ciljevi

1.1 Vizija

1.2 Ciljevi u 2017. godini

2. Administrativni mrshodi

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 Amortizacija

10. Transfer boravišne pristojbe Gradu**Prilozi**

- Prikaz uplata boravišne pristojbe po pružateljima usluga smještaja u 2017. godini
- Prikaz uplata članarina po obveznicima plaćanja članarina u 2017. godini

Uvod

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2017. godini:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za 1% u odnosu na 2016. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini Klastera
- Produžiti sezonu na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Umag Sea Star Festival, Tour of Croatia, Istria Winter Cup, 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. Promatrajući 2017. godinu na području TZG Umag ostvareno je 11% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

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 i brojnim manifestacijama koje se održavaju na području TZG Umaga. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Slovenija (26%), Njemačka (19%), Austrija (14%), Italija (8%) i Češka (5%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, porast broja noćenja je također 11%, a prema broju noćenja redoslijed je Njemačka (23%), Slovenija (19%), Austrija (16%), Italija (9%) i Češka (6%).

Ako pak promatramo realizaciju noćenja u periodu I-V mjesec i IX mjesec odnosno period predsezone i dijela posezone, u kojima dolaze do izražaja, između ostalog, i poduzete aktivnosti u razvoju proizvoda na nivou klastera (nogomet, tenis, wellness, bike i gourmet) te organizirane manifestacije, možemo konstatirati da je u navedenom periodu zabilježen porast broja noćenja od 4% u odnosu na 2016. godinu.

Turističke zajednice klastera su u 2017. 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). Ostvarena je ušteda s obzirom da smo imali veliku zalihu materijala te nije bilo potrebno ići u reprint.

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 2017. (SEO, društvene mreže, e-promocija, sadržaj). Cestovna signalizacija, tiskani materijali i portal su usklađeni. Svi se snimljeni materijali mogu pogledati na službenom web portalu klastera. 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 2017. godinu pri čemu su troškovi realizirani na nivou planiranih vrijednosti.

U segmetu organizacije evenata realizirani su eventni od klasterskog 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 2015/siječanj 2016), a sufinancirali su ih svi dionici klastera sukladno interesu. Po prvi puta je realiziran novi event – Sea Star Festival koji je već u svom prvom izdanju polučio nevjerojatne rezultate – 50.000 noćenja u periodu predsezona.

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 2017. godinu na specijalizirane sajmove (kampovi, bike, wellness, gourmet) dostavljala promo materijale preko predstavnika klastera koji su odlazili na navedene sajmove te stranih agencija i turoperatora.

I u protekloj su se godini održale brojne manifestacije u organizaciji ili suorganizaciji Turističke zajednice Grada Umaga sa Gradom Umagom, PUO "Ante Babić" i Muzejom Grada Umaga, te ostalih udruga i društava koje djeluju na području grada Umaga. Te su manifestacije (ATP Croatia Open, Sea Star Festival, Festival rukometa

u Umagu, Dan rajčica, Motobike susreti, Istria Granfondo, 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 2017. godinu.

Turistički promet

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2017. godini ostvareno je 27.509.128 noćenja odnosno 10% više noćenja nego u 2016. godini dok je istovremeno u 2017. godini realizirano 4.222.482 dolazaka ili 10% više nego u 2016. godini. Udio Turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 9,57%.

Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2016. i 2017. godini u TZG Umag

Zemlja	Dolazaka 2017.	Dolazaka 2016.	Indeks	Noćenja 2017.	Noćenja 2016.	Indeks
Ukupno domaći	31.085	29.807	104	116.164	112.426	103
Ukupno strani	442.586	402.341	110	2.532.684	2.272.800	111
Sveukupno	473.671	432.148	110	2.648.848	2.385.226	111

Izvor: Sustav E-visitor

Promatrajući 2017. godinu na području TZG Umag ostvareno je 11% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

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 i brojnim manifestacijama

koje se održavaju na području TZG Umaga. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Slovenija (26%), Njemačka (19%), Austrija (14%), Italija (8%) i Češka (5%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, porast broja noćenja je također 11%, a prema broju noćenja redoslijed je Njemačka (23%), Slovenija (19%), Austrija (16%), Italija (9%) i Češka (6%).

Ako pak promatramo realizaciju noćenja u periodu I-V mjesec i IX mjesec odnosno period predsezona i dijela posezone, u kojima dolaze do izražaja, između ostalog, i poduzete aktivnosti u razvoju proizvoda na nivou klastera (nogomet, tenis, wellnes, bike i gourmet) te organizirane manifestacije, možemo konstatirati da je u navedenom periodu zabilježen porast broja noćenja od 4% u odnosu na 2016. godinu.

Tablica 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2016. i 2017. godini na području TZG Umag

Zemlja	2017.	%	2016.	%	Indeks
Slovenija	682.960	25,78	632.858	26,54	108
Njemačka	542.199	20,47	437.776	18,36	124
Austrija	392.572	14,82	351.403	14,74	112
Italija	220.803	8,34	231.663	9,72	95
Češka	129.919	4,90	100.548	4,22	129
Hrvatska	116.164	4,39	112.426	4,71	103
Poljska	81.944	3,09	73.794	3,09	111
Nizozemska	65.856	2,49	57.145	2,40	115
Slovačka	57.325	2,16	48.296	2,03	119
Rusija	53.126	2,01	51.546	2,16	103
Mađarska	52.359	1,98	53.994	2,26	97
Švicarska	36.877	1,39	37.677	1,58	98
Ostali	216.744	8,18	196.100	8,22	111
Sveukupno	2.648.848	100	2.385.226	100	111

Izvor: Sustav E-visitor

Što se tiče ostvarenih rezultata na našim tradicionalnim emitivnim turističkim tržištima u potpunosti možemo biti zadovoljni s rastom realiziranih noćenja na najpotentnijem emitivnom tržištu – njemačkom od čak 24% u odnosu na prošlu 2016. godinu. Posebno treba istaknuti veliki povratak naših gostiju s nizozemskog tržišta (+15%) budući da se nekoliko zadnjih godina u kontinuitetu smanjivao broj gostiju u destinaciji. Ove pozitivne trendove dodatno osnažuje porast realiziranih noćenja s ostalih najvećih emitivnih tržišta, slovenskog (+8%) i austrijskog (+12%).

Veseli činjenica da sa sva tržišta iz top 10, izuzev Italije, nastavljaju svoj porast u broju ostvarenih noćenja, a najveći relativni rast imaju Češka (+29%), Njemačka (+24%) Slovačka (+19%) i Poljska (+11%).

Tablica 3. Ostvarenje noćenja po mjesecima u 2016. i 2017. godini

Mjeseci	2017.		2016.		IDX dol.	IDX noć.
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja		
Siječanj	2.769	10.719	2.651	9.332	104	115
Veljača	7.265	21.780	5.597	15.608	130	140
Ožujak	10.333	29.996	12.269	36.783	84	82
Travanj	31.914	96.772	25.558	77.023	125	126
Svibanj	39.930	130.676	39.163	138.965	102	94
Lipanj	81.864	382.393	56.260	259.109	146	148
Srpanj	120.040	779.093	110.132	692.476	109	113
Kolovoz	109.432	829.194	107.917	783.444	101	106
Rujan	48.591	303.940	50.468	306.025	96	99
Listopad	13.606	41.921	14.657	44.055	93	95
Studeni	3.533	11.792	2.587	8.689	137	136
Prosinac	4.394	10.572	4.889	13.717	90	77
Ukupno:	473.671	2.648.848	432.148	2.385.226	110	111

Izvor: Sustav E-visitor

Iz tablice je vidljivo da je najveći rast noćenja ostvaren u mjesecu lipnju, za čak 48% u odnosu na prethodnu godinu. Razlog možemo tražiti u rasporedu praznika na glavnim emitivnim tržištima.

Tablica 4. Ostvarenje noćenja po vrsti objekta u 2016. i 2017. godini

Podvrsta objekta	2017.		2016.		IDX noć
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	
Hotel	154.382	642.376	153.321	619.109	104
Kamp	92.814	519.212	80.631	448.495	116
Objekti u domaćinstvu	67.119	408.228	53.793	339.424	120
Turističko naselje	70.739	402.388	62.737	365.551	110
Apartman, soba, kuća za odmor	32.357	181.743	28.921	165.399	110
Turistički apartmani	25.981	140.659	25.355	136.764	103
Hostel, prenoćište	8.240	46.988	6.999	40.279	117
Pansion	5.568	19.684	5.204	18.445	107
Kampiralište i organiz. kampiranje	538	4.132	587	4.686	88
Vikendica, kuća i stan stanovnika	15.879	283.018	14.591	246.950	115
Ukupno:	473.671	2.648.848	432.148	2.385.226	111

Izvor: Sustav E-visitor

U 2017. godini se nastavlja rast u segmentu privatnog smještaja i to za 20%, dok su hoteli rasli 4%, a kampovi 16% u odnosu na 2016. godinu. Značajniji rast bilježe još i turistička naselja te turistički apartmani.

Nekomercijalni smještaj je rastao za 15% u odnosu na prethodnu godinu i čini oko 10% ukupno ostvarenih noćenja na području TZG Umag.

1. Vizija i ciljevi

1.1. Vizija

Klaster Sjeverozapadne Istre će imati reputaciju kao top klaster u Hrvatskoj zbog svoje raznovrsnosti i visoke razine kvalitete smještaja, rekreativnih objekata, tipične hrane i vina, jake tradicije i autentičnog gostoprimstva.

Bit će poznat po svojoj izvrsnoj brizi za gosta, cjelogodišnjem programu aktivnosti i jedinstvenim eventima, sve izvedeno iz kultiviranog pejzaža, prirode i tradicije ovog područja.

Sveukupni turistički rast u Klasteru biti će ostvaren kroz sustav tematiziranih proizvoda/iskustava, koji će podržavati diferenciran razvoj turizma na obali i unutrašnjosti.

1.2. Ciljevi

Strateški ciljevi marketinške politike / dugoročni ciljevi:

- Produženje turističke sezone i produženje prosječnog boravka gosta
- Transformacija destinacije Umag iz ljetne odmorišne destinacije u cjelogodišnju destinaciju kroz strateške proizvode
- Jačanje suradnje privatnog i javnog sektora

Ciljevi marketinške politike u 2017:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za 1% u odnosu na 2016. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini Klastera
- Produžiti sezonu na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Umag Sea Star Festival, Tour of Croatia, Istria Winter Cup, 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

2. Administrativni rashodi

2.1 Turistički ured

Ured Turističke zajednice grada Umaga je i u 2017. 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 16,29%

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rad turističkog ureda <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	1.665.105 kn	1.585.322 kn

2.2 Rad tijela Turističke zajednice

SKUPŠTINA TZG Umag

Tijekom 2017. godine održale su se 2 (dvije) sjednice Skupštine koje su, na dnevnom redu imale zakonom propisane zadaće koje Skupština TZG Umag mora obavljati (čl. 15. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08)).

- dvije (2) sjednice Skupštine TZ Grada Umaga

- **Sjednica Skupštine 22. ožujka 2017.** - DNEVNI RED: Verifikacija zapisnika sa 17. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 06. 12. 2016. godine; Razmatranje i usvajanje Izvešća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2016. godinu sa Upitnikom o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2016. godinu; Razmatranje i usvajanje Izvešća o radu Turističkog vijeća u 2016. g.; Razmatranje i usvajanje Izvešća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01.01.-31.12.2016.g., te njegovo usvajanje; Razmatranje Izvešća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2016.; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Skupštine 22. studenog 2017.** - DNEVNI RED: Izbor Verifikacijske komisije; Izvešće Verifikacijske komisije; Verifikacija zapisnika sa 18. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 22. 03. 2017.; Razmatranje i usvajanje Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2017.; Razmatranje i usvajanje Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2018. godinu sa Financijskim planom, te donošenje Odluke o njegovom izvršenju; Razmatranje i donošenje Odluke o prestanku rada Turističkih društava Lovrečica i Savudrija; Tekuća pitanja.

TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag

Tijekom 2017. godine održale su se 3 (tri) 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 22. veljače 2017.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvešća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2016. godinu sa Upitnikom o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2016. godinu; Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvešća o radu Turističkog vijeća u 2016. g.; Razmatranje Izvešća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2016. g., te njegovo usvajanje; Razmatranje Izvešća o radu direktora turističkog ureda

Turističke zajednice grada Umaga u 2016., te njegovo usvajanje; Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2016.; Izbor revizorske kuće za revizijski uvid za 2017.; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 26. Lipnja 2017.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Izvještaj o prihodima i rashodima Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01.-31.05.2017.; Informacija o ostvarenom turističkom prometu 01.01.-25.06.2017.; Zahtjevi za sufinanciranjem dodatnih manifestacija; Tekuća pitanja.

- **Sjednica Turističkog vijeća 31. listopada 2017.** – DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka; Utvrđivanje prijedloga Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2017.; Utvrđivanje prijedloga Programa rada Turističke zajednice za 2018. godinu sa Financijskim planom; Utvrđivanje prijedloga o prestanku rada Turističkih društava; Razmatranje prijedloga Komisije i donošenje Odluke o dodjeljivanju priznanja i novčanih nagrada za najbolje uređeni okoliš stambenog objekta i najljepše uređeni izlog u 2017. godini; Tekuća pitanja.

NADZORNI ODBOR TZG Umag

Tijekom 2017. 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 21. veljače 2017.** - DNEVNI RED: Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga; Razmatranje provedbe Programa rada i Financijskog izvješća Turističke zajednice grada Umaga za 2016. godinu; Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2016.; 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. – 30.06.2017.; Izvještaj o prihodima i rashodima Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. siječnja do 30. lipnja 2017.; Tekuća pitanja.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Skupština (2 sjednice)	ožujak prosinac	22.03.2017. 22.11.2017.
Turističko vijeće (3 sjednica)	veljača ožujak svibanj	22.02.2017. 26.06.2017. 31.10.2017.
Nadzorni odbor (2 sjednice)	veljača kolovoz	21.02.2017. 03.08.2017.
Ukupni iznos	31.000 kn	27.973 kn

3. Dizajn vrijednosti

3.1 Potpore manifestacijama

Definirane su aktivnosti u razvoju i upravljanju klasterskim eventima:

a) definiranje klasterskih evenata (postojećih i novih)

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

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

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

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

Zabavne manifestacije

Sva su zabavna događanja podijeljena na klasterska i događanja na području TZG Umag. U klasterska događanja spadaju: Motobike susreti Umag, Mega koncerti, Sea Star Festival, ATP Party Nights. Generalni je stav dionika klastera bio da će se sufinancirati događanja koja imaju potencijal generiranja novih dolazaka i koja se dešavaju van glavne sezone i sukladno tome je i postupano.

Uz navedene klasterske projekte Turistička zajednica grada Umaga je bila suorganizator ili je pak sufinancirala slijedeća događanja na području destinacije Umag: ACR Musifest, Umagični blagdani, Ribarske noći, Međunardoni Oldtimer Rally.

Kulturne manifestacije

Na području destinacije Umag, TZG Umag je sufinancirala program Sakralno blago i Socijalni turizam

Sportske manifestacije

Osim tradicionalno najvećeg sportskog događaja u Hrvatskoj, ATP Croatia Open Umag, u klasterska događanja još spadaju i teniski turniri GMP i ITF, Istraska rivijera te Champions Bowl. Osim teniskih evenata na nivou klastera realizirale su se i jedriličarske regate: regata Monfalcone – Umag – Monfalcone, Istarska regata, i Mittel Europa Opti Race. U proizvodnji bike u ožujku je realizirana cestovna utrka Istarsko proljeće i Umag Trophy u suradnji s BK Kamen, dok je u listopadu po šesti put realizirana cestovna utrka biciklista Istria Granfondo u suorganizaciji Grada 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 Croatia Open Umag. Ovaj je turnir, koji se 2017. godine po dvadeset i osmi put održao u Umagu, postao zaštitni znak Umaga i referentna točka svekolikog događanja u Umagu i široj okolici. U protekloj 2017. 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 2017. 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: Umag Trophy U9-10 i U11-13 nogometni runiri za mlađe uzraste, 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.

U segmentu gourmeta međusobna suradnja i povezivanje Turističkih zajednica klastera došla je do izražaja u organizaciji Dana istarskih šparuga, Dana švoja, Dana jadranskih lignji i Dana školjaka. Osim ova četiri gourmet događaja u 2017. je u terminima pred i posezone organizirano još nekoliko gourmet evenata: Smrčkijada, Oleum Olivarum, Gnam gnam Fest, ChocoFest.

Tradicionalna fešta Dan rajčica je i u 2017. godini polučila veliki uspjeh okupivši na Trgu slobode nekoliko tisuća gostiju.

U 2017. godini ostvareni su veći prihodi od planiranih ostvareni od TZIŽ za sufinanciranje manifestacije Taste Istria, a također je ostvareno i 150.000 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 <i>veljača - lipanj / rujan - prosinac</i>	Zabavne	2.041.065 kn	2.040.302 kn
	Kulturne	32.314 kn	32.314 kn
	Sportske	1.003.543 kn	978.600 kn
	Gourmet	812.251 kn	810.954 kn
	MICE	0 kn	0 kn
Ukupni iznos		3.919.174 kn	3.878.319 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 2017. 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	25.000 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 i tijekom 2017. godine, ali planirani seminari u suradnji s TZIŽ nisu relizirani na području TZG Umag.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja HTZ, MINT, TZIŽ, JLS i privatnog sektora <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	0 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 2017. 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 2017. 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 Istria Winter Cup te je izrađen reprint materijala za IWC odnosno prezentacijske brošure za proizvod nogometa. U 2017. godini je po sedmi put organiziran međunarodni nogometni turnir Istria Winter Cup.

Udio TZG Umag u razvoju nogometa u 2017. godini iznosi 47.029 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom nogometa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	55.731 kn	47.029 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 2017. 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, 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 2017. 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: 20 (14 iz inozemstva / 6 iz Hrvatske), realizirana je video i foto produkcija proizvoda bike (teme: promo video – Istria Granfondo 2017.), ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar klaster portala, realizirani su materijali kao i reprint bošura – Bike eventi.

Osim navedenog u 2017. je održano 25 rekreativnih biciklijada, peta etapa biciklističke utrke kroz Hrvatsku 'Tour of Croatia', a po šesti 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.

Udio TZG Umag u razvoju bike-a je iznosio 261.499 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom bike-a na nivou klastera <i>kontinuirano</i>	125.052 kn	121.249 kn
Bike signalizacija <i>siječanj/prosinac</i>	38.000 kn	34.250 kn
Održavanje staza <i>kontinuirano</i>	6.000 kn	6.000 kn
Park&Ride <i>siječanj/prosinac</i>	100.000 kn	100.000 kn
Ukupni iznos	269.052 kn	261.499 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 su GMP i ICC turniri te po prvi puta u listopadu humanitarni teniski turnir. Nastavljena je foto i video produkcija proizvoda tenis, te ažurirana prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala.

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.

Udio TZG Umag u razvoju tenisa u 2017. godini je iznosio 45.307 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom tenisa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	52.237 kn	45.307 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 / 1 u Hrvatskoj - Zagreb; dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 15 (11 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.

Osim navedenog u 2017. godini realizirana su dva eventa: Wellness moments i Detox i Relax Days.

Udio TZG Umag u razvoju wellness-a iznosio je 59.949 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom wellnessa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	61.627 kn	59.949 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 Dani istarskih šparoga, Dani švoja, Dani jadranskih lignji i Dani školjaka.

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	157.392 kn	146.507 kn

4. Komunikacija vrijednosti

4.1 Online komunikacija

U 2017. 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 2017. 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 2017. 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 2017. godini u razvoju e-marketinga realizirano je slijedeće:

- Dodatna unapređenja za korisnike – više user friendly sučelje
- Poboljšana 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)
- Napravljen novi dizajn newslettera i raspored slanja 1 x mjesečno
- Napravljen kampanja za mobilnu aplikaciju sa uspješnim rezultatima (web poruka, Facebook, Instagram, newsletter)
- Samostalno odrađena kompletna promocija Granfodno eventa na uz poboljšanje rezultata
- Odrađeni nagradni natječaji na društvenim mrežama

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).

Turistička zajednica grada Umaga je sufinancirala razvoj klaster weba u 2017. godini u iznosu od 226.601 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	226.601 kn
TZIŽ - online kampanje <i>kontinuirano</i>	41.605 kn	41.605 kn
Ukupni iznos	270.605 kn	268.206 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 2017. godinu.

Sukladno tome, projektni timovi razvoja proizvoda klastera su u okviru svojih budžeta 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 navedenim 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 2017. godini.

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umaga izdvojila za dovođenje novinara i PR na stranim tržištima iznosi 20.803 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
TZIŽ - studijska putovanja novinara <i>kontinuirano</i>	20.803 kn	20.803 kn
TZ Umag - promocija na stranim tržištima <i>kontinuirano</i>	20.000 kn	kn
Ukupni iznos	40.803 kn	20.803 kn

BROŠURE I TISKANI MATERIJAL

Što se tiče tiskanja brošura u suradnji s TZIŽ u 2017. godini TZG Umag je sufinancirala tiskanje brošura po proizvodima u iznosu od 10.401 kn.

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 2017. godini je realiziran tisak image kataloga.

TZG Umag je samostalno kreirao i tiskao Image brošuru destinacije Umag te redizajn i tisak malog vodiča za destinaciju Umag.

Ukupni iznos uložениh sredstava TZG Umag za tisak klusterskih brošura u 2017. godini iznosio je 89.659 kn. TZG Umag je za potrebe ureda (papirne galanterija) i tisak planova grada, image brošure kao i mapa i vrećica destinacije dodatno utrošila 81.542 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Priprema, prijavodi i tisak brošura <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	190.167 kn	181.602 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 2017. godini bilo štete na cestovnoj i smeđoj signalizaciji, te da su popisane i definirane sve table dobrodošlice koje je bilo potrebno popraviti/doraditi/prelijepiti nove folije, bilo je potrebno relizirati zamjenu navednih, pa je sukladno tome relizirano 45.000 kn troška.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Zamjena cestovne signalizacije <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	45.000 kn	45.000 kn

4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U modelima oglašavanja u 2017. godini (modeli Ia, Ic, Id, Ie), 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 2017. godini, kao i u proteklih 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 349.484 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	349.484 kn	349.484 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 2017. godini sklopila Ugovor o promociji destinacije Umag kroz isticanje logotipa destinacije na regatnoj jedrilici Umago Shinning, te na autobusu agencije B4Sport Camps. Trošak TZG Umag u ovoj stavci oglašavanja je 175.057 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s lokalnim medijima na realizaciji oglašivačkih kampanja aktivnosti/projekta/eventa destinacije <i>siječanj/prosinac</i>		
Ukupni iznos	177.171 kn	175.057 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 2017. 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 2017.)
- Gourmet (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP klastera 2017.)

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umag utrošila na prezentacije i sajmove u 2017. godini iznosi 69.921 kn. Prezentacije u segmentima bike, tenis, nogomet, wellness i gourmet realizirale su se u okviru i veličinama navedenim u Marketing planu klastera za 2017. godinu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji prezentacija i specijaliziranih sajmova <i>Pred i posezona</i>		
Ukupni iznos	75.000 kn	69.921 kn

5.2 Studijska putovanja

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

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

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Studijska putovanja prodajnih agenta TA/TO u destinaciju Umag/Istra		
Ukupni iznos	28.279 kn	30.451 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 2017. 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	20.000 kn	14.143 kn

6.2 Koordinacija članova TZ-a

Tijekom 2017. godine održano je 4 (četiri) koordinacije članova odbora klastera u cilju praćenja realizacije Marketing plana klastera za 2017. 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	5.914 kn

7. Marketinška infrastruktura

7.1 Istraživanje tržišta

U suradnji s TZIŽ proveden je Market research u kojemu je TZG Umaga sudjelovala s 4.161 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
TZIŽ Market research <i>kontinuirano</i>	4.161 kn	4.161 kn
Ukupni iznos	4.161 kn	4.161 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 uložениh sredstava na nivou klastera za izradu baze fotografija i video filmova u 2017. godini iznosio je oko 50.000 kn. TZG Umag je mimo navedene baze na nivou clustera izdvojila 5.000 kn za vlastite fotografija.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Fotografiranje i snimanje <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	5.000 kn	5.000 kn

8. Posebni programi

8.1 Sufinanciranje TD Lovrečica i TD Savudrija

Turistička zajednica Grada Umaga financirala je realizaciju aktivnosti odnosno manifestacija Turističkih društava Lovrečice i Savudrije sukladno Programu rada i pripadajućem finacijskom planu za 2017. 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 2017. godini iznosu od 82.623 kn, dok je udio sufinanciranja TD Savudrija bio 94.215 kn.

Osim turističkih društava, sufinancirana je još Big Idea TZIŽ u iznosu od 5.201 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Provođenje aktivnosti/manifestacija <i>travanj, svibanj, lipanj, srpanj,</i>	190.000 kn	176.838 kn
TZIŽ Big Idea <i>kontinuirano</i>	5.201 kn	5.201 kn
	195.201 kn	178.826 kn

9. Ostalo

9.1 Amortizacija

U 2017. godini troškovi amortizacije iznose 68.373 kn.

10. Transfer boravišne pristojbe Gradu

Na temelju članka 20. Stavak 3. Zakona o boravišnoj pristojbi (Narodne novine br. 152/2008) i Odluke Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Umaga donesene 13.kolovoza 2013., 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 2017. godini uložio više od 8.500.000,00 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	2.195.680 kn	2.240.658 kn

**TZG UMAG
TD SAVUDRIJA**

Izveštaj o radu TD Savudrija za 2017. godinu

Umag, 8. veljače 2018. godine

Izvještaj o radu Turističkog društva Savudrija za 2017. godinu

1. MANIFESTACIJE

1.1. Golf turnir "Savudrija open 2017."

U organizaciji golf kluba "Savudrija – Istra", na golf igralištu Adriatik Savudrija, održan je 7. golf turnir "Savudrija open" koji je okupio 82 igrača pretežno iz Slovenije, Austrije i Hrvatske. Obzirom na kvalitetnu organizaciju proteklih turnira interes za sudjelovanjem je bio i puno veći od maksimalnog broja učesnika kojeg je moguće uključiti u takmičenju.

Pored takmičarskog dijela eventa na istom smo promovirali lokalne vinare i uljare kroz degustaciju njihovih proizvoda.

1.2. Prvomajski nogometni turnir 2017.

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

U 2017. godini na turniru su sudjelovali nogometni klubovi iz Mađarske, Austrije, Srbije, Bosne i Hercegovine te Hrvatske.

Kao što je uobičajeno pored samog sportskog karaktera manifestacija je poslužila za promociju naše destinacije kroz prigodni program i gourmet ponudu.

1.3. Pučka fešta "Sagra salvorina"

Na prostoru savudrijske luke u suradnji ZT Savudrije i savudrijskih ribara organizirana je veoma dobro posjećena pučka fešta "Sagra salvorina". Manifestacija je ponudila posjetiteljima veoma raznovrsnu ponudu karakterističnih jela našeg podneblja. Pored neizostavnih ribljih menija ponuda se proširila i na ponudu istarskog pršuta, kolača, i mesnih jela po istarskim recepturama.

Naravno zabavni dio programa odnosio se na nastup lokalnih muzičara kojima su prethodile razne tradicijske igre kao npr. vuča konopa, veslanje u batanama, i sl.

1.4. Pučka fešta "Rotonda fest"

Na kružnom toku u Bašaniji održana je prva pučka fešta na toj lokaciji, pod imenom "Rotonda fest". Bogata gastronomska ponuda i zabavni program zadržali su na tom prostoru veliki broj savudrijskih gostiju do kasnih noćnih sati.

Manifestacija je organizirana u suradnji sa savudrijskim ribarima i ZT Savudrije.

1.5. Proslava Sv. Marije Magdalene Zambratija

Na prostoru luke u naselju Zambratija, a u suradnji sa MO Savudrije organizirana je već tradicionalna manifestacija proslave Sv. Marije Magdalene.

Pored same gastronomske ponude ovog kraja i nastup lokalnih muzičara gostima je prezentirana savudrijska batana te dana mogućnost sudjelovanja na kratki tečaj tradicionalnog veslanja što je izazvalo veliki interes posjetitelja ove manifestacije.

1.6. Pučka fešta "Morska fešta"

Na prostoru savudrijske luke, a u organizaciji MO Savudrija organizirana je dvodnevna manifestacija "Morska fešta" koja je privukla veoma veliki broj savudrijskih gostiju i domaćina.

Kako je tematika manifestacije bilo more tomu su posvećene sve aktivnosti od kasnog poslijepodneva do ranojutarnjih sati u oba dana odvijanja ove manifestacije. Od prikazivanja gradnje batane u suradnji

sa udrugom "Batana salvorina", vožnje gostiju batanama, simulacija lova ribe na "sviću" kao i bogata gastronomska ponuda uz nastup lokalnih muzičara zasigurno su zadovoljili očekivanja naših gostiju.

1.7. Ribarska fešta " Delicije mora " Bašanija

Na prostoru kružnog toka u naselju Bašanija održana je manifestacija "Delicije mora" u suradnji ZT Savudrije i savudrijskih ribara.

Sva ponuđena jela i aktivnosti imale su more kao nit vodilju. Pored već uobičajene ponude jela od riba i školjaka na manifestaciji je dana prilika za promociju lokalnih proizvođača vina, maslinovog ulja i pripravaka od aronije. Pored interesantnog glazbenog programa goste su animirali i članovi udruge "Batana salvorina" koji su neumorno isplovljavali savudrijskim batanama nudeći zainteresiranim gostima nezaboravni doživljaj kroz iskustva veslanja, promatranja morskog dna kroz stakleno dno batane kao i promatranjem simulacije ribolova sa ostima.

1.8. Morska fešta - luka Savudrija

Posljednja manifestacija u savudrijskoj luci u 2017. organizirana je u suradnji sa ZT Savudrije i savudrijskim ribarima.

Kao i svaki put, lokacija savudrijske luke privukla je iznimni broj turista i domaćina koji su imali priliku uživati u bogatoj gastronomskoj ponudi i zabavnom programu.

Kulturna baština, more, tradicija i ljubav prema našoj destinaciji organizatori su nedvojbeno uspjeli objediniti u jedinstveni doživljaj koji će gostima i posjetiteljima ostati u lijepom sjećanju.

1.9. Pločkarski turnir " Memorijal Branko Jurić"

U organizaciji pljočkarskog kluba Lanterna iz Savudrije organiziran je pljočkarski turnir Memorijal Branko Jurić.

Već tradicionalni pljočkarski turnir u parovima i u 2017. godini održan je na prostoru pored savudrijskog svjetionika.

Na turniru je sudjelovao veliki broj ekipa iz cijele Istre kao i ekipe iz Slovenije i Italije.

Pored takmičarskog dijela turnira za sve učesnike i goste organizirana je i bogata gastronomska ponuda.

Pored informacija u štampanim medijima (Glas Istre i La voce dl popolo) o događaju su reportažu snimili TV Koper Capodistria i TV Istra.

2. POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU MJESTA

Ekološka radna akcija čišćenja plaža i prostora uz prometnice

Povodom dana Planete Zemlje, a u suradnji sa klubom volontera INE organizirali smo ekološku radnu akciju čišćenja plaža i biciklističkih staza.

Pored 46 članova volontera INE u akciju se je uključilo i 9 članova golf kluba Savudrija. Raspodijeljeni u 6 grupa učesnici su skupljali sitni otpad sa plaža u potezu od antičkog naselja Sipar do ribarske luke Savudrija (ukupno 7.100 metara) kao i trasu biciklističke staze u zaleđu plaža (ukupno 6.200 metara).

Rezultat akcije mjerljiv je u ukupno 124 vreća sitnog otpada kojeg su djelatnici gradske službe odveli narednog dana i deponirali.

Za sve učesnike kao znak pažnje i zahvale organizirali smo okrjepu zahvaljujući donaciji raznih kolača od strane umaškog Centar cafea te degustaciju vina kojeg je donirao vinski podrum Novacco iz Brtonigle.

3. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

3.1. Promocija gourmet proizvoda

Tijekom 2017. godine organizirali smo za savudrijske ugostitelje i proizvođače ulja i vina nekoliko promotivnih nastupa.

Austrija

Restoran Sopile - Beč

U suradnji sa TZŽI organizirali smo promocijski nastup u Beču sa ciljem promocije gourmet manifestacije "Dani istarskih šparuga".

Nastup smo organizirali u restoranu "Sopile", a učestvovalo je nekoliko restorana, vinara i proizvođača maslinovog ulja sa umaškog područja koji su predstavljali kompletnu gourmet ponudu naše destinacije.

Promocijski je nastup osmišljen kao večera za austrijske novinare i opinion makere koje je za nas angažirala PR agencija gospodina Neuhubera koji već godinama surađuje sa turističkim subjektima u Istri.

3.2. Ostale promocijske aktivnosti

Regata storica – Venezia

Kao i prethodnih godina tako i 2017. podržali smo sudjelovanje umaške ekipe veslača na tradicionalnoj "Regata storica di Venezia".

Naši su veslači i ovog puta dostojno predstavili naš Grad te promovirali pomorsku tradiciju našeg kraja.

Važno je napomenuti veoma značajne suradnje koje se na polju tradicije i očuvanja kulturne baštine ostvaruju i nakon same regate kroz razne aktivnosti na tom polju.

3.3. Rad TIC-a

TIC Savudrija je i u 2017. godini ostvario veliku posjećenost gostiju kojima smo bili na raspolaganju za informacije, savjete i pomoć oko mogućnosti koja naša destinacija pruža. Pored poslova informiranja i dijeljenja promo materijala značajni segment poslovanja TIC-a odnosio se je na poslove naplate boravišne pristojbe komercijalnih i nekomercijalnih gostiju.

TZG UMAG

TD LOVREČICA

Izvještaj o radu TD Lovrečica za 2017. godinu

Umag, 8. veljače 2018. godine

Turističko društvo Lovrečica je u 2017. godini raspolagalo sa 90.000 kn.

Tim iznosom se realiziralo sljedeće:

1. Organizacija pučke fešte Svetog Ivana: utrošeno ukupno 18.573,00 kn

Program se sastojao od svečane svete mise, nastupa zbora Zajednice Talijana, glazbenog sastava „Anelidi“, koncerta puhačkog orkestra uz paljenje Ivanjeg krijesa.

2. Bobičada (fešta mladog kukuruza): utrošeno ukupno 35.748,21 kn

Fešta mladog kukuruza (bobića) u Babićima doživjela je svoje 12. izdanje. Višednevni program obuhvaćao je pripremu i kušanje domaće maneštre, te natjecanje u kuhanju bobića, u tri kategorije: mjesni odbori i udruge, ugostitelj, domaćice. Održanisu turniri u boćama, nogometu, u briškuli i trešeti, nastupao je puhački orkestar „Našasloga“ iz Babića, puhački orkestar iz Lesca, ITD band, Bukaleta, Trio Cardum, zbor Grisium i sl.

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

3. Proslava svetog Lovre - Lenotti di San Lorenzo: utrošeno ukupno 18.301,50 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 (procesija, biciklijada uz degustaciju vina, zabavne igre na moru, turnir u nogometu, odbojci, natjecanje u ribolovu, prezentacija veslanja na tradicionalan način vogalonga i sciavoga te noćno kupanje), dakle za svaku generaciju ponešto i ples za sve! Ovogodišnja proslava svetog Lovre je okupila do sada veliki broj posjetitelja.

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