

---

## S A D R Ź A J

### Uvod

Turistički promet

### 1. Vizija i ciljevi

1.1 Vizija

1.2 Ciljevi u 2019. godini

### 2. Administrativni rashodi

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. Outdoor

3.4.2 Bike

3.4.3 Tenis

3.4.4 Wellness

3.4.5 Gourmet

3.4.6 Park &ride

3.4.7 Pješačke staze

### 4. Komunikacija vrijednosti

4.1 Online komunikacija

4.2 Offline komunikacija

4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama

4.4 Oglašavanje - ostalo

### 5. Distribucija i prodaja vrijednosti

5.1 Sajmovi i prezentacije

5.2 Studijska putovanja

### 6. Interni marketing

6.1 Edukacija

6.2 Koordinacija članova TZ-a

### 7. Marketinška infrastruktura

7.1 Formiranje baze podataka

7.2 Baza fotografija i filmova

**8. Ostalo**

8.1 Amortizacija

**9. Transfer boravišne pristojbe Gradu**

## Uvod

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2019. godini:

- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini Klastera
- Povećati turistički promet u ostalim mjesecima u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (outdoor, bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Umag Trophy, Sea Star Festival, Istria Granfondo, Istria Wine &Walk, Umag Night Run, Istria Wine Run, Colours of Tennis i sl.) koji su namijenjeni pred i posezoni
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu uklasteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

u potpunosti su realizirani. Promatrajući 2019. godinu na području TZG Umag ostvareno je 1% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Ovaj rast možemo zahvaliti poduzetim aktivnostima promocije na stranim tržištima i brojnim manifestacijama koje se održavaju na području TZG Umaga, izuzetno povoljnim vremenskim prilikama u pred i posezoni te investicijama u rekonstrukciju i izgradnju novih smještajnih kapaciteta. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Slovenija (27%), Njemačka (20%), Austrija (14%), Italija (11%) 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 1%, a prema broju noćenja redosljed je Njemačka (23%), Slovenija (20%), Austrija (15%), Italija (9%) i Češka (6%).

Situacija po tržištima pokazuje preslagivanja na turističkom tržištu Mediterana te imamo blage minuse s njemačkog govornog područja (Njemačka – 1,5%, Austrija - 3%), a porast s tržišta Italije (+3%) te srednjeeuropskih zemalja (Češka +7%, Slovačka +6% te Mađarska +15%). Najveći pad zabilježen je s Nizozemskog tržišta (-25%).

Turističke zajednice klastera su u 2019. 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](http://www.coloursofistria.com)) provedbom aktivnosti navedenih u Marketing planu klastera 2019. (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 segmentu razvoja proizvoda u Klasteru sjeverozapadne Istre realizirane su marketinško promotivne i prodajne aktivnosti u proizvodima tenis, bike, nogomet, wellness i gourmet. Za svaki od navedenih proizvoda definirani projektni timovi su realizirali usvojene godišnje planove aktivnosti za 2019. godinu pri čemu su troškovi realizirani na nivou planiranih vrijednosti.

U segmentu organizacije evenata realizirani su eventni od klasterskog značaja odnosno oni koji su postali generatori novih dolazaka u destinaciju (Serija nogometnih turnira za mlađe kategorije Umag Trophy – ožujak/travanj, Profesionalne biciklističke utrke Trofej Umag i Istrasko proljeće - ožujak, Istria Wine and Walk – svibanj, Umag Night Run – lipanj, Colours of Tennis – listopad, Istria Granfondo – listopad), a sufinancirali su ih svi dionici klastera sukladno interesu. Po treći puta je realiziran event – Sea Star Festival koji je i u svom trećem izdanju opravdao očekivanja u smislu posjećenosti i broja ostvarenih noćenja.

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 2019. 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, Ustanovom Festum i Muzejom Grada Umaga, te ostalih udruga i društava koje djeluju na području grada Umaga. Te su manifestacije (Plava laguna ATP Croatia Open, Sea Star Festival, 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 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 2019. godinu.

## Turistički promet

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2019. godini ostvareno je 28.709.800 noćenja odnosno 1% više noćenja nego u 2018. godini dok je istovremeno u 2019. godini realizirano 4.609.657 dolazaka ili 3% više nego u 2018. godini. Udio Turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 9,5%.

**Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2018. i 2019. godini na području TZG Umag**

Zemlja	Dolazaka 2018.	Dolazaka 2019.	Indeks	Noćenja 2018.	Noćenja 2019.	Indeks
Ukupno domaći	27.004	28.276	105	107.760	111.912	104
Ukupno strani	460.139	478.379	104	2.614.993	2.640.584	101
<b>Sveukupno</b>	<b>487.143</b>	<b>506.655</b>	<b>104</b>	<b>2.722.753</b>	<b>2.752.496</b>	<b>101</b>

Izvor: Sustav E-visitor

Promatrajući 2019. godinu na području TZG Umag ostvareno je 1% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Ovaj rast možemo zahvaliti poduzetim aktivnostima promocije na stranim tržištima i brojnim manifestacijama koje se održavaju na području TZG Umaga, izuzetno povoljnim vremenskim prilikama u pred i posezoni te investicijama u rekonstrukciju i izgradnju novih smještajnih kapaciteta. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Slovenija (27%), Njemačka (20%), Austrija (14%), Italija (11%) 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 1%, a prema broju noćenja redosljed je Njemačka (23%), Slovenija (20%), Austrija (15%), Italija (9%) i Češka (6%).

*Tablica 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2018. i 2019. godini na području TZG Umag*

Zemlja	2019.	%	2018.	%	Indeks
Slovenija	742.177	26,96	700.149	25,71	106,00
Njemačka	544.938	19,80	556.537	20,44	97,92
Austrija	383.623	13,94	401.817	14,76	95,47
Italija	229.861	8,35	223.116	8,19	103,02
Češka	148.368	5,39	137.498	5,05	107,91
Hrvatska	111.912	4,07	107.760	3,96	103,85
Poljska	78.961	2,87	80.639	2,96	97,92
Slovačka	66.108	2,40	61.963	2,28	106,69
Mađarska	65.976	2,40	57.620	2,12	114,50
Nizozemska	59.364	2,16	79.778	1,98	74,41
Ostali	321.208	11,67	315.876	11,60	101,69
<b>Sveukupno</b>	<b>2.752.496</b>	<b>100</b>	<b>2.722.753</b>	<b>100</b>	<b>101</b>

Izvor: Sustav E-visitor

Situacija po tržištima pokazuje preslagivanja na turističkom tržištu Mediterana te imamo blage minuse s njemačkog govornog područja (Njemačka – 1,5%, Austrija - 3%), a porast s tržišta Italije (+3%) te srednjeeuropskih zemalja (Češka +7%, Slovačka +6% te Mađarska +15%). Najveći pad zabilježen je s Nizozemskog tržišta (-25%).

**Tablica 3. Ostvarenje noćenja po mjesecima u 2018. i 2019. godini na području TZG Umag**

Mjeseci	2019.		2018.		IDX dol.	IDX noć.
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja		
Siječanj	1.898	8.626	2.246	9.112	85	95
Veljača	4.334	14.325	4.924	18.034	88	79
Ožujak	13.113	36.676	13.222	38.096	99	96
Travanj	34.945	105.473	33.098	98.523	106	107
Svibanj	42.766	145.782	48.478	174.489	88	84
Lipanj	91.348	416.638	76.698	357.502	119	117
Srpanj	115.944	778.822	118.079	797.222	98	98
Kolovoz	123.024	843.114	111.548	829.339	110	102
Rujan	52.904	322.520	54.326	318.921	97	101
Listopad	16.670	51.289	15.319	53.889	109	95
Studenj	3.503	13.002	4.923	16.824	71	77
Prosinac	6.206	16.229	4.282	10.802	145	150
<b>Ukupno:</b>	<b>506.655</b>	<b>2.752.496</b>	<b>487.143</b>	<b>2.722.753</b>	<b>104</b>	<b>101</b>

Izvor: Sustav E-visitor

Iz tablice je vidljivo da je najveći rast u mjesecima u kojima se ostvaruje značajan broj noćenja ostvaren u mjesecu lipnju, za čak 17% u odnosu na prethodnu godinu. Razlog možemo tražiti u rasporedu praznika na glavnim emitivnim tržištima.

**Tablica 4. Ostvarenje noćenja po vrsti objekta u 2018. i 2019. godini na području TZG Umag**

Podvrsta objekta	2019.		2018.		IDX noć
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	
Hotel	155.158	615.956	150.597	612.662	101
Kamp	101.466	549.800	97.663	552.292	100
Objekti u domaćinstvu	79.269	462.756	74.335	448.061	103
Turističko naselje	73.574	404.019	71.989	401.026	101
Apartman, soba, kuća za odmor	34.584	184.819	32.522	175.563	105
Turistički apartmani	25.025	128.534	24.505	133.555	96
Hostel, prenočište	12.679	71.403	12.835	72.780	98
Pansion	5.907	21.435	6.124	20.643	104
Kampiralište i organiz. kampiranje	3.104	10.880	590	4.390	248
Vikendica, kuća i stan stanovnika	15.885	302.872	15.928	301.451	100
<b>Ukupno:</b>	<b>506.655</b>	<b>2.752.496</b>	<b>487.143</b>	<b>2.722.753</b>	<b>101</b>

Izvor: Sustav E-visitor

U 2019. godini se nastavlja rast u segmentu privatnog smještaja i to za 5%, dok su hoteli rasli za 1%, a kampovi ostali na nivou 2018. godine. Nekomercijalni smještaj je na razini prethodne godine i čini oko 11% 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 2019:

- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini Klastera
- Povećati turistički promet u ostalim mjesecima u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (outdoor, bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Umag Trophy, Sea Star Festival, Istria Granfondo, Istria Wine & Walk, Istria Wine Run, Colours of Tennis, 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 uklasteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

## 2. Administrativni rashodi

### 2.1 Turistički ured

Ured Turističke zajednice grada Umaga je i u 2019. godini koordinirao, organizirao i pripremao dokumentaciju za potrebe tijela zajednice - održale su se dvije sjednice Skupštine TZ grada Umaga, dvije sjednice Nadzornog odbora, tri 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 13,68%

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rad turističkog ureda <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>1.685.415 kn</b>	<b>1.552.127 kn</b>

## 2.2 Rad tijela Turističke zajednice

### SKUPŠTINA TZG Umag

Tijekom 2019. 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 26. ožujka 2019. - DNEVNI RED:

1. Verifikacija zapisnika sa 21. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 12. 12. 2018. godine
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga ACI Marine Umag za provođenje postupka:
  - a) za razrješenje dosadašnjeg člana Vijeća i Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
  - b) za izbor novog člana Vijeća i Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
3. Razmatranje i usvajanje Izvešća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2018. godinu
4. Razmatranje i usvajanje Izvešća o radu Turističkog vijeća u 2018. g.
5. Razmatranje i usvajanje Izvešća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2018. g., te njegovo usvajanje
6. Razmatranje Izvešća neovisnog revizora o reviziji financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2018.
7. Tekuća pitanja.

#### - Sjednica Skupštine 10. prosinca 2019. - DNEVNI RED:

1. Verifikacija zapisnika sa 22. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 26. 03. 2019. godine
2. Razmatranje i usvajanje Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2019.
3. Razmatranje i usvajanje Programa rada Turističke zajednice za 2020. godinu sa Financijskim planom, te donošenje Odluke o njegovom izvršenju
4. Tekuća pitanja

### TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag

Tijekom 2019. 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 26. veljače 2019. - DNEVNI RED:**

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izješća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2018. godinu
3. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izješća o radu Turističkog vijeća u 2018.
4. Razmatranje Izješća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2018. g., te njegovo usvajanje
5. Razmatranje Izješća o radu direktora turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga u 2018., te njegovo usvajanje
6. Razmatranje Izješća neovisnog revizora o reviziji financijskih izvješćaja Turističke zajednice grada Umaga za 2018.
7. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga ACI Marine Umag za provođenje postupka:
  - a) za razrješnje dosadašnjeg člana Vijeća i Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
  - b) za izbor novog člana Vijeća i Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
8. Tekuća pitanja.

**- Sjednica Turističkog vijeća 10. srpnja 2019. - DNEVNI RED:**

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice s informacijom o izvršenju zaključaka
2. Informacija o ostvarenom turističkom prometu u razdoblju 01.01.- 30.06.2019.
3. Informacija o kretanju prihoda i rashoda Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01.01.-31.05.2019.
4. E-savjetovanje o visini turističke pristojbe 2020.
5. Dodatni zahtjevi za sufinanciranje manifestacija
6. Tekuća pitanja.

**- Sjednica Turističkog vijeća 05. studeni 2019. – DNEVNI RED:**

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka
2. Utvrđivanje prijedloga Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2019.
3. Utvrđivanje prijedloga Programa rada Turističke zajednice za 2020. godinu sa Financijskim planom

4. Razmatranje prijedloga Komisije i donošenje Odluke o dodjeljivanju priznanja i novčanih nagrada za najbolje uređeni okoliš stambenog i poslovnog objekta u 2019. godini
5. Tekuća pitanja.

#### NADZORNI ODBOR TZG Umag

Tijekom 2019. 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 14. veljače 2019. - DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga
2. Razmatranje provedbe Programa rada i Financijskog izvješća Turističke zajednice grada Umaga za 2018.
3. Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2018.
4. Tekuća pitanja

#### - Sjednica Nadzornog odbora 14. kolovoza 2019. - DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga
2. Financijsko izvješće Zajednice za razdoblje 01.01.-30.06.2019.
3. Izvještaj o prihodima i rashodima Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 1. siječnja do 30. lipnja 2019.
4. Tekuća pitanja

<b>Aktivnosti</b>	<b>Planirano</b>	<b>Ostvareno</b>
Skupština (2 sjednice)	ožujak prosinac	26.03.2019. 10.12.2019.
Turističko vijeće (3 sjednica)	veljača srpanj listopad	26.02.2019. 10.07.2019. 05.11.2019.
Nadzorni odbor (2 sjednice)	veljača kolovoz	14.02.2019. 14.08.2019.
<b>Ukupni iznos</b>	<b>27.000 kn</b>	<b>14.373 kn</b>

### 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 jakim karizmom na nivou cjelog klastera definirani se kao klasterski event. Interes je klastera 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 četiri tematskih cjelina:

- Zabava
- Kultura
- Sport i rekreacija
- Gourmet

*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 eventnu (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 i Spring Nation Festival. 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, Regata storica di Venezia, Festival Indirekt i Festival Zlatni lav.

### **Sportske manifestacije**

Osim tradicionalno najvećeg sportskog događaja u Hrvatskoj, ATP Croatia Open Umag, u klasterska događanja još spadaju i Svjetsko prvenstvo veterana u tenisu, teniski turnir ITF te Champions Bowl. U proizvodnji bike u ožujku je realizirana cestovna utrka Istarsko proljeće i Umag Trophy u suradnji s BK Kamen, dok je u listopadu realizirana cestovna utrka biciklista Istria Granfondo. Turistička zajednica grada Umaga sudjelovala je u sufinanciranju međunarodnog golf turnira na Crvenom vrhu: Sparugada Open te Wine&Golf.

Nepotrebno je naglašavati koliko je promociju Gradu Umagu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj dosad donio ATP Croatia Open Umag. Ovaj je turnir, koji se 2018. godine po dvadesetdeveti put održao u Umagu, postao zaštitni znak Umaga i referentna točka svekolikog događanja u Umagu i široj okolici. U protekloj 2018. 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 2018. godini su na Istrian Gourmet Festivalu bila predstavljena neka od najboljih istarska vina koja su dobila brojne nagrade prilikom sudjelovanja na izložbama vina u zemlji i inozemstvu.

Osim ATP-a i jedriličarskih regata u destinaciji Umagu su održane brojne sportske manifestacije: Umag Trophy U8 do 14 nogometni turniri za mlađe uzraste koji privlače preko 2.000 sudionika i posjetitelja po izdanju, košarkaški kamp Basket for you (B4U) koji vodi proslavljeni hrvatski košarkaški as Aramis Naglič kao i sajam sporta i sportske opreme u okviru projekta 100 milja Istre.

Također su održane brojne trkačke manifestacije – noćna utrka – Umag Night Run, zatim HO-HO-HO Run, Istrian Wine Run i ostale.

### 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.

Tradicionalna fešta Dan rajčica je i u 2019. godini polučila veliki uspjeh okupivši na Trgu slobode nekoliko tisuća gostiju kao i Umaška noć za kraj glavne turističke sezone.

U 2019. godini ostvareni su prihodi 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	3.000.000 kn	3.029.126 kn
	Kulturne	75.000 kn	64.945 kn
	Sportske	803.047 kn	756.400 kn
	Gourmet	902.996 kn	892.340 kn
	Ostalo	350.000 kn	349.068 kn
<b>Ukupni iznos</b>		<b>5.131.043 kn</b>	<b>5.091.879 kn</b>

### 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 2019. godini TZG Umag je nastavila suradnju s Udrugom privatnih iznajmljivača kroz sufinanciranje podizanja kvalitete usluge na web portalu Udruge i organizaciju edukacija za iznajmljivače.

<b>Aktivnosti</b>	<b>Planirano</b>	<b>Ostvareno</b>
Suradnja s Udrugom privatnih iznajmljivača – sufinanciranje portala <i>veljača/travanj</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>20.000 kn</b>	<b>30.000 kn</b>

### 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 2019. godine, ali planirani seminari u suradnji s TZIŽ nisu realizirani na području TZG Umag.

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

### 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.

Tijekom 2019. godine nastavio se započeti projektni razvoj proizvoda: outdoor, nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet na nivou klastera.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj proizvoda u 2019. godini iznosio je 1.370.878 kuna, a aktivnosti su u odgovarajućim udjelima sufinancirane od strane dionika i to sukladno interesu dionika bez definiranog ključa.

U 2019. godini TZIŽ nastavila je s implementacijom Operativnog marketing plana TZIŽ 2016-2018, pa sukladno tome u segmentu razvoja proizvoda odnosno doživljaja nastavlja s realizacijom programa 5 High impact PPS Experiences pri čemu je TZIŽ uložila 300.000 kn u operacionalizaciju navedenog programa.

Udio TZG Umag u razvoju proizvoda na nivou klastera i doživljaja na nivou TZIŽ iznosi 647.826 kn.

Realizirane su planirane aktivnosti po navedenim proizvodima te je trošak navedenih aktivnosti u visini planiranih vrijednosti.

#### 3.4.1. Outdoor

Outdoor aktivnosti, a posebno trčanje i pješaćenje, postaju sve veći motiv dolaska turista u destinaciju. Klster SZ Istre kao predvodnik trendova u razvoju novih proizvoda i u ovoj turističkoj niši vidi svoju priliku za privlačenjem gostiju u pred i posezoni.

U 2019. godini trasirane su staze i djelomično postavljena signalizacija na pješaćke i trkaćke staze te grafička priprema karte tih istih staza. Isto tako, cjelokupna ponuda pješaćkih i trkaćkih staza spremna je za postavljanje na zasebnoj web stranici posvećenoj outdoor aktivnostima na centralnom web portalu klastera.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj outdoora u 2019. godini iznosi 179.250 kn. Udio TZG Umag u razvoju outdoora iznosi 72.645 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom outdoor na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>64.009 kn</b>	<b>72.645 kn</b>

### 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 2019. godini u segmentu infrastrukture unaprijeđene usluge za bicikliste odnose se na postavljanje Bike service pointova duž umaške rivijere. Obnovljene su i postavljene nove bike table s cestovnim i cikloturističkim stazama.

U promotivnim aktivnostima realizirane su prezentacija proizvoda bike-a bike specialistima 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 2019.), ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar klaster portala, realizirani su materijali kao i reprint bošura – Bike eventi.

Osim navedenog u 2019. je održano 25 rekreativnih biciklijada, a organiziran je i 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 247.956 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom bike-a na nivou klastera <i>kontinuirano</i>	126.900 kn	117.956 kn

Bike signalizacija <i>siječanj/prosinac</i>	20.000 kn	20.000 kn
Održavanje staza <i>kontinuirano</i>	10.000 kn	10.000 kn
Park&Ride <i>siječanj/prosinac</i>	100.000 kn	100.000 kn
<b>Ukupni iznos</b>	<b>256.900 kn</b>	<b>247.956 kn</b>

### 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 realizirani su Svjetsko prvenstvo veterana u tenisu, GMP i Champions Bowl turniri te po drugi puta u listopadu humanitarni teniski turnir. Nastavljena je foto i video produkcija proizvoda tenis, te ažurirana prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala.

Udio TZG Umag u razvoju tenisa u 2019. godini je iznosio 38.656 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom tenisa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>48.139 kn</b>	<b>38.656 kn</b>

### 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 m<sup>2</sup> površina wellnessa, zdrav život, antistres programi).

S obzirom da je detektirano da nema daljnje mogućnosti širenaj navedenog proizvoda, aktivnosti u 2019. su se bazirale na održavanju postojećeg stanja.

Udio TZG Umag u razvoju wellness-a iznosio je 33.330 kn.

<b>Aktivnosti</b>	<b>Planirano</b>	<b>Ostvareno</b>
Suradnja s projektnim timom wellnessa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>42.286 kn</b>	<b>33.330 kn</b>

### 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 (3 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.

Udio TZG Umag u razvoju gourmet-a iznosio je 172.827 kn.

<b>Aktivnosti</b>	<b>Planirano</b>	<b>Ostvareno</b>
Suradnja s projektnim timom gourmeta na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>164.085 kn</b>	<b>172.827 kn</b>

## 4. Komunikacija vrijednosti

### 4.1 Online komunikacija

U 2019. 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 2019. godini aktivnosti na području e-marketinga bile su usmjerene prvenstveno prema kreiranju sadržaja na webu, pa je tako napisano pedesetak novih članaka, dodano preko tisuću novih fotografija u album te napravljen novi destinacijski video, čija će premijera biti u 2020.

Realizirana je kampanja „Best of the Northwest“ kojom je napravljena ogromna promocija putem sedam influencera koji su boravili u destinaciji i objavljivali sadržaje na svojim društvenim mrežama.

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 Plava laguna 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.

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 e-marketing u 2019. godini u iznosu od 227.728 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
<a href="http://www.coloursofistria.com">www.coloursofistria.com</a> razvoj, održavanje, upravljanje <i>kontinuirano</i> e-promocija / e-projekti <i>kontinuirano</i> SEO <i>siječanj/lipanj</i>	230.000 kn	228.519 kn
TZIŽ - online kampanje <i>kontinuirano</i>	43.575 kn	43.575 kn
<b>Ukupni iznos</b>	<b>273.575 kn</b>	<b>272.094 kn</b>

## 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 2019. 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 2019. godini.

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umaga izdvojila za dovođenje novinara i PR na stranim tržištima iznosi 93.574 kn.

<b>Aktivnosti</b>	<b>Planirano</b>	<b>Ostvareno</b>
TZIŽ - studijska putovanja novinara <i>kontinuirano</i>	43.575 kn	43.575 kn
TZ Umag - promocija na stranim tržištima <i>kontinuirano</i>	50.000 kn	49.999 kn
<b>Ukupni iznos</b>	<b>93.575 kn</b>	<b>93.574 kn</b>

### BROŠURE I TISKANI MATERIJAL

Što se tiče tiskanja brošura u suradnji s TZIŽ u 2019. godini TZG Umag je sufinancirala tiskanje brošura po proizvodima u iznosu od 10.894 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.

TZG Umag je samostalno 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 2019. godini iznosio je 43.264 kn. TZG Umag je za potrebe ureda (papirne galanterija) i tisak planova grada, image brošure kao i mapa i vrećica destinacije dodatno utrošila 45.416 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Priprema, prijevodi i tisak brošura <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>123.572 kn</b>	<b>99.575 kn</b>

## 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 2019. 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 14.125 kn troška.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Zamjena cestovne signalizacije <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>45.000 kn</b>	<b>14.125 kn</b>

### 4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U modelima oglašavanja u 2019. godini (modeli I, II, Avioprijevoz i Destinacijski razvojni projekti), 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 2019. 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 600.773 kn kako je to definirano Strateškim marketing planom čiji je potpisnik.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s TZIŽ na realizaciji promotivnih kampanja (HTZ) <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>600.773 kn</b>	<b>600.773 kn</b>

### 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 2019. godini sklopila Ugovor o promociji destinacije Umag kroz isticanje logotipa destinacije na autobusu agencije B4Sport Camps, kao i za oglašavanje destinacije u sklopu ATP Croatia Open Umag. Trošak TZG Umag u ovoj stavci oglašavanja je 834.837 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s lokalnim medijima na realizaciji oglašivačkih kampanja aktivnosti/projekta/eventa destinacije <i>siječanj/prosinac</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>835.000 kn</b>	<b>834.837 kn</b>

## 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 2019. 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, outdoor (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP klastera 2019.)
- Gourmet (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP klastera 2019.)

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umag utrošila na prezentacije i sajmove u 2019. godini iznosi 77.936 kn. Prezentacije u segmentima outdoor, bike, tenis, nogomet, wellness i gourmet realizirale su se u okviru i veličinama navedenim u Marketing planu klastera za 2019. godinu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji prezentacija i specijaliziranih sajmova <i>Pred i posezona</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>80.000 kn</b>	<b>77.936 kn</b>

### 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 (češko, 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.

<b>Aktivnosti</b>	<b>Planirano</b>	<b>Ostvareno</b>
Studijska putovanja prodajnih agenata TA/TO u destinaciju Umag/Istra		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>20.000 kn</b>	<b>29.533 kn</b>

## 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 2019. godinu realizirane su sljedeće aktivnosti:

- Seminari vezani uz DMO i razvoj proizvoda
- Seminari vezani uz program e-visitor i novog paketa Zakona
- Nabavka stručne literature

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Edukacija djelatnika, seminari, benchmark putovanja <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>10.000 kn</b>	<b>3.809 kn</b>

### 6.2 Koordinacija članova TZ-a

Tijekom 2019. godine održano je 4 (četiri) koordinacije članova odbora klastera u cilju praćenja realizacije Marketing plana klastera za 2019. 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>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>13.000 kn</b>	<b>2.830 kn</b>

## 7. Marketinška infrastruktura

### 7.1 Formiranje baze podataka

U suradnji s TZIŽ provedeno je formiranje baze podataka u kojemu je TZG Umaga sudjelovala s 21.788 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
TZIŽ Formiranje baze podataka <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>21.787 kn</b>	<b>21.788 kn</b>

### 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](http://www.coloursofistria.com).

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za izradu baze fotografija i video filmova u 2019. godini iznosio je oko 100.000 kn. TZG Umag je mimo navedene baze na nivou clustera izdvojila 10.000 kn za vlastite fotografije.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Fotografiranje i snimanje <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>10.000 kn</b>	<b>10.000 kn</b>

## **8. Ostalo**

### **8.1 Amortizacija**

U 2019. godini troškovi amortizacije iznose 31.090 kn.

## **9. 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
- Manifestacije i projekti u svrhu povećanja turističke ponude
- Organizacija sportskih aktivnosti, turnira i sajma
- Kulturno zabavni ljetni programi
- Sufinanciranje zajedničkih programa i manifestacija
- Ispitivanje mora i održavanje plaža

Osim navedenog Grad Umag je u 2019. 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.

<b>Aktivnosti</b>	<b>Planirano</b>	<b>Ostvareno</b>
Uređenje destinacije Umag <i>kontinuirano</i>		
<b>Ukupni iznos</b>	<b>2.782.654 kn</b>	<b>2.992.559 kn</b>