



---

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA UMAGA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2021. GODINU**

---

**Prosinac, 2020.**

---

## SADRŽAJ

### UVOD

Turistički promet i trendovi na svjetskom turističkom tržištu

### 1. VIZIJA I CILJEVI

- 1.1 Vizija
- 1.2 Ciljevi

### 2. PRIHODI

- 2.1 Izvorni prihodi
- 2.2 Prihodi od sustava turističkih zajednica
- 2.3 Preneseni prihod iz prethodne godine
- 2.4 Ostali prihod

### 3. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

- 3.1 Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata
- 3.2 Istraživanje i analiza tržišta
- 3.3 Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

### 4. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

- 4.1 Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda
- 4.2 Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda
- 4.3 Podrška razvoju turističkih događanja
- 4.4 Turistička infrastruktura
- 4.5 Podrška turističkoj industriji

### 5. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

- 5.1 Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda
- 5.2 Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)
- 5.3 Marketinške i poslovne suradnje
- 5.4 Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
- 5.5 Suradnja s organizatorima putovanja
- 5.6 Kreiranje promotivnog materijala
- 5.7 Internetske stranice
- 5.8 Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
- 5.9 Turističko – informativne aktivnosti

6. **DESTINACIJSKI MENADŽMENT**
  - 6.1 Turističko informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor
  - 6.2 Upravljanje kvalitetom u destinaciji
  - 6.3 Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša
  
7. **ADMINISTRATIVNI POSLOVI**
  - 7.1 Plaće
  - 7.2 Materijalni troškovi
  - 7.3 Tijela turističke zajednice
  
8. **REZERVA**
  
9. **ZAKLJUČAK**

**Prilozi**

- Financijski plan 2021., rebalans 01.01.-31.12.2020.

## UVOD

Program rada Turističke zajednice Grada Umaga za 2021. godinu temelji se na zakonskim aktima, smjernicama strateških i marketinških dokumenata, Programu rada Hrvatske turističke zajednice, te Marketing planu Turističke zajednice Istarske županije.

Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. stupio na snagu novi zakon koji uređuje sustav turističkih zajednica, Hrvatska turistička zajednica je izradila novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju u godišnjem programu rada, koji prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) obvezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje te posebno planirane zadatke i financijska sredstva predstavništava i ispostava kada je riječ o Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Kao novost je važno naglasiti kako su se u skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom, što je u procesu donošenja ovog prijedloga plana i učinjeno.

Cilj nove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvješćivanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Godišnji program rada mora jasno prikazati koji su ciljevi koji se u promatranom razdoblju trebaju ostvariti (što želimo postići), kako će se ti ciljevi ostvariti i koje aktivnosti se moraju poduzeti da bi se došlo do cilja (rezultata), naravno imajući u vidu specifičnost svake turističke zajednice.

Prema tome, treba voditi računa da ciljevi moraju biti usmjereni na rezultat i biti financijski mogući.

Posebno valja istaknuti da su sve aktivnosti planirane uz veliku dozu nesigurnosti koja je uvjetovana pandemijom Covid-19, ali je pametnim i pravovremenim odlukama u

prethodnim godinama TZG Umag stvorio financijski potencijal za ulaganje u marketing i promociju u godini u kojoj će to biti potrebno više nego ikada.

### Turistički promet

Ostvareni broj dolazaka u razdoblju od 01.01.-30.11.2020., te procjena istog do kraja godine iznosi 184.451 turista koji će ostvariti 1.292.480 noćenja.

**Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2019. i 2020. godini u TZG Umag**

Zemlja	Dolazaka 2019.	Dolazaka 2020.*	Indeks	Noćenja 2019.	Noćenja 2020.*	Indeks
Ukupno domaći	28.276	9.397	33	111.912	50.877	47
Ukupno strani	478.379	175.054	37	2.640.583	1.241.603	45
Sveukupno	506.655	184.451	36	2.752.495	1.292.480	47

\*u 2020. godini prikazano je ostvarenje od 01.01.-30.11.2020. i procjena do 31.12.2020.

Promatrajući 2020. godinu (realizacija do 30.11. i procjena do kraja godine) na području TZG Umag ostvareno je 53% manje noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Ovaj pad noćenja je rezultat pandemije Covid-19 koja je za posljedicu imala zatvaranje nacionalnih granica, strah od putovanja i boravka s drugim ljudima te ostale negativne efekte po turizam. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Slovenija (44%), Njemačka (22%), Austrija (6%), Italija (14%) i Hrvatska (4%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, pad broja noćenja je 62%, a prema broju noćenja redoslijed je Njemačka (30%), Slovenija (20%), Češka (8%), Austrija (7%), Italija (5%) i Hrvatska (5%).

Najveći pad broja noćenja je zabilježen s tržišta Austrije (-84%), Nizozemske (-84%) i Italije (-81%).

Iako se radi o velikom padu, s obzirom na prognoze i brojna ograničenja koja su maksimalno skratila turističku godinu, možemo zaključiti da su na području TZ Umaga postignuti zadovoljavajući rezultati u usporedbi s okruženjem.

## 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
- Daljnja transformacija destinacije Umag iz ljetne odmorišne destinacije u cjelogodišnju destinaciju kroz strateške proizvode
- Jačanje suradnje privatnog i javnog sektora

Ciljevi marketinške politike u 2021.:

- Snažan marketinški i promotivni nastup na ciljanim tržištima u svrhu ponovnog pozicioniranja nakon stvaranja uvjeta za nastavak putovanja
- Podrška manifestacijama koje su motiv dolaska u destinaciju van glavne sezone
- 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, Colours of Tennis, i sl.) koji su namijenjeni pred i posezoni
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u klasteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

Pozicioniranje klastera Sjeverozapadne Istre temelji se na 4 osnovna elementa:

- Sport - aktivan odmor, zabava
- Gourmet - gastronomska ponuda, vina, maslinova ulja, vrhunski restorani i konobe
- Priroda - kampovi, aktivnosti u prirodi, uživanje u krajoliku
- More - hoteli i apartmani, wellness, nautički turizam

## 2. PRIHODI

### 2.1. Izvorni prihodi (Turistička pristojba i Članarina)

Kao pretpostavku za planiranje prihoda od turističke pristojbe uzet je fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini, gospodarska i tržišna kretanja te planirani broj noćenja velikih gospodarskih subjekata (hotelijeri), kao i procijenjeni broj kreveta u paušalnom i nekomercijalnom obiteljskom smještaju.

Prihodi od turističke pristojbe planirani su na razini od 4.400.000 kuna.

Prihodi od članarine su planirani sukladno općem smanjenju stopa za obračun članarine u idućoj godini (-12% linearno) te slabijoj gospodarskoj aktivnosti u 2020. godini i iznose 400.000 kuna.

### 2.2. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od sustava turističkih zajednica odnose se na sve potpore, donacije, Fondove i sl. koji se provode sukladno odlukama, sporazumima, natječajima i ostalim načinima pisano regulirane suradnje.

U 2021. godini je planirano 100.000 kuna za sufinanciranje zapošljavanja sezonskih djelatnika na poslovima naplate turističke pristojbe u lučkoj kapetaniji Umag.

### 2.3. Preneseni prihod iz prethodne godine

Planirani preneseni prihod iz prethodnih godina iznosi 4.663.000 kuna. Ovakav iznos je rezultat racionalnog promišljanja i ponašanja te pravovremene reakcije u trenutku kada je došlo do prvih naznaka problema po pitanju pandemije Covid-19. Zahvaljujući ovim sredstvima u 2021. ćemo moći reagirati na tržištu i uložiti potrebna sredstva u promociju destinacije kada je to najpotrebnije.

### 2.4. Ostali prihodi

Planirano je 40.000 kuna od humanitarnih manifestacija koje tradicionalno TZ grada Umaga organizira (Fešta rajčice i Umaška noć).

Ukupno planirani prihodi za 2021. godinu iznose 8.903.000 kuna.



### **3. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

#### **3.1. Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata**

Predviđena su sredstva za sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova za područje destinacije, nakon što se usvoji nova Strategija razvoja održivog turizma do 2030. koju priprema Ministarstvo turizma i sporta.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: prosinac 2021.

Planirana sredstva: 50.000 kn

#### **3.2. Istraživanje i analiza tržišta**

Redovna analiza tržišta, kretanje trendova i benchmarking vrše se kontinuirano radi ostvarivanja uvida u stanje na emitivnim tržištima od interesa za našu destinaciju. Isto tako, analize potrebne za obavljanje redovnih zadaća i aktivnosti provode se po potrebi kroz cijelu godinu.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 30.000 kn

#### **3.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti**

U svrhu čim efikasnijeg ulaganja u promociju na svim razinama i svim kanalima, vrši se kontinuirano mjerenje učinkovitosti. Isto tako, metodama anonimnog anketiranja i tajnog gosta dobivamo uvid u doživljaj destinacije od strane turista.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: travanj - listopad 2021.

Planirana sredstva: 20.000 kn

## 4. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

### 4.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Produžetak sezone, kao i zadovoljenje očekivanja, želja i potreba gostiju koji su odabrali upravo našu destinaciju za svoj odmor jedan je od primarnih zadataka turističke zajednice grada Umaga. Da bi se taj zadatak uopće mogao ostvariti nužno je kontinuirano kreirati i razvijati nove proizvode koji će "stvarati razliku" u odabiru određene destinacije za odmor.

Tijekom 2021. godine nastavit će se u započeti projektni razvoj proizvoda: outdoor, bike, tenis i gourmet na nivou klastera.

#### 4.1.1. Outdoor

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

U 2021. godini nastavit će se s trasiranjem i postavljanjem signalizacija na pješačke i trkačke staze te napraviti i otisnuti karte tih istih staza. Isto tako, cjelokupna ponuda pješačkih i trkačkih staza bit će postavljena na zasebnoj web stranici posvećenoj outdoor aktivnostima na centralnom web portalu klastera.

#### 4.1.2. Bike

Vizija projekta je da klaster 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).

Cjelokupna ponuda klastera je postavljena na zasebnoj web stranici isključivo posvećenoj bike-u na centralnom web portalu klastera. Predloženi su nastupi i posjeti specijaliziranim sajmovima za cikloturizam u 2021. godini. U listopadu 2021. godine će se ponovno organizirati Istria Granfondo, najznačajniji i najveći amaterski biciklistički maraton u Hrvatskoj.

Planirano je redovno godišnje održavanje staza kao i zamjena dotrajale bike signalizacije na našim stazama.

#### 4.1.3. Tenis

Na preko 60 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.

#### 4.1.4. Gourmet

Cilj ovog projekta je prepoznavanje Klastera po vrhunskoj eno - gourmet ponudi, razrađenim programima i uslugom usmjerenom prema gostu tijekom čitave godine. U okviru razvoja gourmet proizvoda osnovne će aktivnosti biti: uvođenje novih sadržaja i programa, izrada tematskih paketa i komercijalizacija istih, organizacija gourmet evenata, proširenje suradnje s partnerima (specijalizirane agencije, opinion makeri...), dorada brošure i prezentacijskog materijala gourmet ponude, promocija, PR aktivnosti, te sajmovi i prezentacije.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i Istra DMC

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 650.000 kn

### 4.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Fokus je na turističku industriju i suradnju s predstavnicima turističke ponude u destinaciji.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 70.000 kn

### 4.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Turistička događanja (manifestacije/eventi) predstavljaju vrlo važan dio turističke ponude destinacije Umag te je potrebno zajednički raditi na unapređenju postojećih te organiziranju novih. Strategija razvoja evenata uključuje zajednički razvoj (privatni i javni sektor) i komercijalizaciju evenata s krajnjim ciljem stvaranja motiva dolaska gostiju u destinaciju Umag upravo zbog odražavanja pojedinog eventa, s naglaskom na evente koji se održavaju izvan glavne sezone.

Manifestacije su u 2021. godini primarno grupirane u četiri tematske cjeline:

- 1) Zabavne
- 2) Kulturne
- 3) Sportske
- 4) Gourmet

U okviru svake tematske grupe, manifestacije su, obzirom na svoju strukturiranost, organizaciju i dosadašnje rezultate, analizirane na tri nivoa:

1. Postojeći eventi koji su već organizacijski postavljeni i mogu poslužiti kao motivatori dolaska u destinaciju - ne zahtijevaju dodatnu razradu, ali se trebaju konstantno kvalitativno nadograđivati.
2. Postojeći eventi koji funkcioniraju na lokalnom nivou i trenutno nisu dovoljno jasno artikulirani motivator dolaska u destinaciju – ove je evente potrebno doraditi i prilagoditi organizacijski.
3. Novi eventi koji bi značajno doprinijeli pozicioniranju na tržištu i koji bi mogli postati motivatori dolaska u destinaciju – ove je evente potrebno razraditi od samog početka i postaviti ih kao projekte.

Turistička zajednica grada Umaga organizira, suorganizira ili podupire evente koji jesu, ili imaju tendenciju postati, motiv dolaska u destinaciju te one kojima je osnovni cilj zabava gostiju koji se već nalaze u destinaciji.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri  
Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.  
Planirana sredstva: 4.100.000 kn

#### **4.4. Turistička infrastruktura**

Upravljanje turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane grada odnosi se na održavanje i zamjenu dotrajale turističke signalizacije.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag  
Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.  
Planirana sredstva: 50.000 kn

#### **4.5. Podrška turističkoj industriji**

Predviđena sredstva odnose se na podršku subjektima u svrhu razvoja programa neposredno povezanih s turističkim proizvodom, potpore za programe dionika u

turističkoj aktivnosti na razini destinacije te na potpore programima destinacijskih menadžment kompanija.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 50.000 kn

## 5. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

U periodu izrade ovog programa rada postoji još jako puno nepoznanica i nesigurnosti vezano za pandemiju Covid-19, ne znamo koja tržišta će se kojom brzinom otvarati, kakva će biti turistička potražnja za iduću godinu (koja vrsta objekata) i sl. Zato su predviđena sredstva načelno raspoređena, a ona će se u svakom trenutku sukladno odluci vijeća TZG Umag usmjeravati u ona tržišta i one kanale koji će dati najbolji feedback.

### 5.1. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Sukladno kretanju na tržištima i razvoju situacije s pandemijom Covid-19 potrebno je izraditi i provesti Medija plan (izbor tržišta, proizvoda, definiranje kanala oglašavanja, zakup medijskog prostora i sl.).

Planirane su posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima koje će se provoditi online i offline na svim značajnim društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 1.400.000 kn

### 5.2. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

Odnose s javnošću možemo grupirati u dva segmenta, a to su PR aktivnosti i posebni PR projekti na inozemnom i domaćem tržištu te studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 150.000 kn

### 5.3. Marketinške i poslovne suradnje

U praksi se odnosi na udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ i predstavnicima turističke ponude na regionalnoj razini te strateške projekte i marketinške suradnje (s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl.).

Nositelj aktivnosti: TZG Umag  
Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.  
Planirana sredstva: 50.000 kn

#### **5.4. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice**

Unutar sustava Hrvatske turističke zajednice utvrđeni su nastupi na turističkim sajmovima na emitivnim tržištima na kojima se dijele između ostalih i promotivni materijali TZG Umag.

U planu za 2021. godinu su kraće prezentacije, prvenstveno one namijenjene medijima (novinari, TV, radio) i partnerima (agencije, turoperatori) na nama bližim i zanimljivim tržištima (Italija, Austrija, Slovenija i Njemačka). Konkretno planiraju se aktivnosti za promociju razvoja proizvoda kao što su gourmet, bike, tenis, outdoor i nautika te sve ostalo što je vezano za aktivan odmor.

S obzirom na činjenicu da na području klastera Sjeverozapadne Istre egzistira značajan broj kampova, nužno je nastaviti promociju na specijaliziranim sajmovima za kampere.

U cilju ostvarivanja dodatne promocije u segmentu gourmeta za kvalitetne ugostiteljske objekte na području destinacije Umag, TZG Umag će na talijanskom i austrijskom tržištu realizirati dodatne prezentacije pored već dogovorenih prezentacija glavnih gourmet eventa na nivou klastera.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i Istra DMC  
Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.  
Planirana sredstva: 150.000 kn

#### **5.5. Suradnja s organizatorima putovanja**

Organizacija studijskih putovanja te pružanje podrške u organizaciji istih od strane HTZ, TZIŽ, organizatora putovanja i njihovih udruženja.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag  
Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.  
Planirana sredstva: 50.000 kn

#### **5.6. Kreiranje promotivnog materijala**

TZG Umag konstantno radi na kreiranju novog promotivnog materijala za objavu na web stranici, društvenim mrežama te u tiskanom materijalu. Za slijedeću godinu je

planiran novi video destinacije te video Klastera. Također će biti dopunjena galerija fotografija te otisnuti planovi grada i ostale brošure s destinacijskom ponudom.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 170.000 kn

### 5.7. Internetske stranice

Razvoj i održavanje internetske stranice [www.coloursofistria.com](http://www.coloursofistria.com) i svih njenih podstranica je kontinuiran zadatak koji TZG Umag provodi zajedno s Istra DMC i ostalim dionicima klastera. U slijedećoj godini plan je aplicirati na fondove HTZ i MINTS za izradu potpuno nove web stranice. Planirana sredstva se odnose na manje dorade i održavanje, SEO optimizaciju i sl., dok će eventualna izrada nove web stranice ovisiti o sredstvima iz Fondova i rebalansom biti uvrštena u plan.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i Istra DMC

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 230.000 kn

### 5.8. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

TZG Umag vodi detaljnu bazu podataka turističke ponude destinacije sa svim opisima i foto/video materijalima istih. Predviđena sredstva odnose se na otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka te pripremu i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u HTZ i TZIŽ te predstavništvima HTZ u svijetu.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 50.000 kn

### 5.9. Turističko-informativne aktivnosti

TZG Umag upravlja s dva turističko-informativna centra (TIC) u Umagu i Savudriji. TIC Umag radi kroz cijelu godinu, dok je TIC Savudrija sezonskog karaktera (travanj – rujan). Kroz TIC-eve u sezoni prođe veliki broj turista koji su u potrazi za informacijama i promo materijalima.

U planirani iznos uključene su plaće informatora, najam prostora i prateći režijski troškovi te postavljanje i održavanje turističke signalizacije.



Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 800.000 kn

## 6. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

### 6.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

Sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području destinacije.

Sudjelovanje u razvoju sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) u suradnji i prema uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 50.000 kn

### 6.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno i u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om. Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 20.000 kn

### 6.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Poboljšanje općih uvjeta boravka turista i aktivnosti uređenje mjesta. Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 30.000 kn

## 7. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Ured Turističke zajednice grada Umaga će i u 2021. godini koordinirati, organizirati i pripremati dokumentaciju za potrebe tijela zajednice – održat će se dvije sjednice Skupštine TZ grada Umaga, tri sjednice Turističkog vijeća te niz koordinacija s članovima odbora clustera, direktorima LTZ-a, direktorima TZ-a clustera, te predstavnicima dionika turističke ponude u destinaciji Umag (privatni iznajmljivači, ugostitelji, turističke agencije, ACI marine, hotelske kuće i dr.). Rad tijela zajednice i Ured TZG Umaga odvijat će se sukladno odredbama i rokovima Zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19), te odredbama Statuta TZ grada Umaga (SN Grada Umaga 12/20).

Osim svega gore navedenog direktor TZG Umag i djelatnici ureda svakodnevno će provoditi zadatke utvrđene programom rada Zajednice, obavljati stručne i administrativne poslove u vezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice te izrađivati i izvršavati akte tijela Zajednice, obavljati pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, voditi evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice, izrađivati analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice, davati tijelima Zajednice i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice te obavljati druge poslove koje su im odredila tijela Zajednice.

### 7.1. Plaće

Plaće zaposlenika TZG Umag bez zaposlenih u TIC-u te sezonskih djelatnika na poslovima naplate turističke pristojbe u lučkoj kapetaniji Umag.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 410.000 kn

### 7.2. Materijalni troškovi

Planirani materijalni troškovi odnose se na sve troškove potrebne za funkcioniranje ureda turističke zajednice (režijski troškovi, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, nabava opreme i održavanje, stručno usavršavanje zaposlenika, održavanje vozila, gorivo, reprezentacija, troškovi platnog prometa, troškovi poštarine, javnobilježnički troškovi i sl.).

Nositelj aktivnosti: TZG Umag  
Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.  
Planirana sredstva: 580.000 kn

### 7.3. Tijela turističke zajednice

#### SKUPŠTINA TZG Umag

Tijekom 2021. godine planira se održavanje najmanje 2 (dvije) sjednice Skupštine koje će, za dnevni red imati zakonom propisane zadaće koje Skupština TZG Umag mora obavljati (čl. 15. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19). Prva sjednica Skupštine biti će sazvana tijekom ožujka 2021. godine na kojoj će biti utvrđena nazočnost članova Skupštine, verificiran zapisnik sa prethodne sjednice Skupštine, usvojeno Izvješće o radu Turističkog Vijeća u 2020. godini, usvojeno Izvješća o radu i financijskog izvješća TZG Umag za 2020. godinu i ostalo. Druga Skupština biti će održana tijekom prosinca 2021. godine na kojoj će biti utvrđena nazočnost članova Skupštine, verificiran zapisnik s prethodne sjednice Skupštine TZG Umag, usvojen prijedlog Programa rada i financijskog plana TZG Umag za 2022. godinu te eventualno usvajanje prijedloga Izmjena Marketing plana TZG Umag za 2021. godinu - rebalans financijskog plana ukoliko dođe do odstupanja većeg od 5%, razno.

#### TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag

Tijekom 2021. godine planira se održavanje 3 (tri) sjednice koje će, osim ostalog, kao dnevni red imati zakonom propisane zadaće koje Turističko vijeće TZG Umag mora obavljati (čl. 18. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19).

Raspored sjednica: veljača, rujan, studeni

## 8. REZERVA

Sukladno Metodologiji i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada Ministarstva turizma i sporta od 10. studenog 2020. planirana rezerva može iznositi do 5% ukupno planiranih prihoda za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti. Rezerva se može alocirati odlukom Turističkog vijeća TZG Umag na pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 407.000 kn

## 9. ZAKLJUČAK

Program rada Turističke zajednice grada Umaga s pripadajućim financijskim planom, koji se nalazi u prilogu i sastavni je dio ovog materijala, izrađen je poštujući obveze propisane novim Statutom Turističke zajednice grada Umaga koji je usklađen s Zakonom o turističkim zajednicama iz svibnja 2019. godine, oslanjajući se istovremeno na smjernice Marketing plana Turističke zajednice Istarske županije i Hrvatske turističke zajednice.

Program rada sa financijskim planom daje se Turističkom vijeću na raspravu, a nakon rasprave predložit će se na usvajanje Skupštini turističke zajednice grada Umaga.

---

Red.br.	PRIHODI	Plan 2021.	Ostvarenje 2021.	Indeks
				Os.21/plan 21
1.	Izvorni prihodi	4.800.000	0	0
1.1.	Turistička pristojba	4.400.000	0	0
1.2.	Članarina	400.000	0	0
2.	Prihodi iz proračuna grada/županije i državnog proračuna	0	0	#DIV/0!
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	100.000	0	0
4.	Prihodi iz EU fondova	0	0	#DIV/0!
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	0	0	#DIV/0!
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	4.663.000	0	0
7.	Ostali prihodi	40.000	0	0
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>9.603.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Red.br.	AKTIVNOSTI	Plan 2021.	Ostvarenje 2021.	Indeks
				Os.21/plan 21
1.	<b>ISTRAZIVANJE I STRATESKO PLANIRANJE</b>	100.000	0	0
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	50.000	0	0
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	30.000	0	0
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	20.000	0	0
2.	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	4.920.000	0	0
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	650.000	0	0
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	70.000	0	0
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	4.100.000	0	0
2.4.	Turistička infrastruktura	50.000	0	0
2.5.	Podrška turističkoj industriji	50.000	0	0
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	3.050.000	0	0
3.1.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture	0	0	#DIV/0!
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	1.400.000	0	0
3.3.	Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)	150.000	0	0
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	50.000	0	0
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	150.000	0	0
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	50.000	0	0
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	170.000	0	0
3.8.	Internetske stranice	230.000	0	0
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	50.000	0	0
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	800.000	0	0
4.	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	100.000	0	0
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	50.000	0	0

4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	20.000	0	0
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	30.000	0	0
<b>5.</b>	<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>#DIV/0!</b>
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0	0	
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0	0	
<b>6.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>1.026.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
6.1.	Plaće	410.000	0	0
6.2.	Materijalni troškovi	580.000	0	0
6.3.	Tijela turističke zajednice	36.000	0	0
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0	0	
<b>7.</b>	<b>REZERVA</b>	<b>407.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>8.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>#DIV/0!</b>
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>9.603.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>