



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA UMAGA
IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA ZA 2021. GODINU

Ožujak, 2022.

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 proračuna grada/županije i državnog proračuna

2.3 Prihodi od sustava turističkih zajednica

2.4 Preneseni prihod iz prethodne godine

2.5 Ostali prihodi

2.6 Ukupni prihodi

3. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

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 Upravljanje kvalitetom u destinaciji

6.2 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

- Realizacija 2021.

Uvod

Program rada Turističke zajednice Grada Umaga za 2021. godinu temeljio 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.

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2021. godini:

- 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 koji su namijenjeni pred i posezoni
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u klasteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

U potpunosti su realizirani. Promatrajući 2021. godinu na području TZG Umag ostvareno je 69% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Vidljiv je očiti oporavak turističkog tržišta te je u odnosu na 2019. ostvareno 79% turističkog prometa. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Njemačka (30%), Slovenija (23%), Austrija (12%), Češka (7%) i Italija (4%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, rast broja noćenja je 111%, a prema broju noćenja redosljed je Njemačka (34%), Slovenija (16%), Austrija (13%), Češka (8%), Italija (4%).

Ono što treba posebno naglasiti jest rast broja noćenja sa njemačkog tržišta (+19% u odnosu na 2019. godinu) te kolovoz i rujan u kojima je ostvareno +4% u odnosu na rekordnu 2019. godinu.

Nakon otvaranja granica i poboljšanja epidemiološke situacije nastavili smo s ciljanom promocijom na najbližim emitivnim tržištima kroz online promociju na društvenim mrežama i PR člancima.

Turističke zajednice klastera su u 2021. godine nastavile s primjenom zajedničkog brendinga na svim novim/re izdanim promotivnim materijalima (MTB i cestovne bike karte, vrećice, Info bike table, kao i papirna galanterija za administrativne potrebe TZ-a).

Što se tiče e-marketinga fokus je bio na društvenim mrežama i pisanju blog postova kako bi se zadržao interes gostiju i u periodima kada putovanja nisu bila moguća te priprema i početak rada na izradi nove web stranice.

U segmentu evenata koji su motiv dolaska u destinaciju održani su ATP Plava laguna Croatia Open Umag, 100 milja Istre, Istarsko proljeće i Trofej Umag, Europsko i dva svjetska prvenstva veterana u tenisu te serija međunarodnih nogometnih turnira za mlađe uzraste – Umag Trophy.

Turistička zajednica Grada Umaga koordinirala 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 2021. godinu.

Turistički promet

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2021. godini ostvareno je 23.533.167 noćenja odnosno 74% više noćenja nego u 2020. godini dok je istovremeno u 2021. godini realizirano 3.499.669 dolazaka ili 86% više nego u 2020. godini. Udio Turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 9,13%.

Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2020. i 2021. godini na području TZG Umag

Zemlja	Dolazaka 2020.	Dolazaka 2021.	Indeks	Noćenja 2020.	Noćenja 2021.	Indeks
Ukupno domaći	8.903	18.747	211	39.636	74.808	189
Ukupno strani	174.427	330.529	189	1.233.566	2.074.202	168
Sveukupno	183.330	349.276	191	1.273.202	2.149.010	169

Izvor: Sustav E-visitor

Promatrajući 2021. godinu na području TZG Umag ostvareno je 69% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Ovaj rast broja noćenja rezultat je relativno dobre epidemiološke situacije u odnosu na konkurente, dobre komunikacije i pametnog oglašavanja na najvažnijim emitivnim tržištima. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta Njemačka (30%), Slovenija (23%), Austrija (12%), Češka (7%) i Italija (4%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, rast broja noćenja je 111%, a prema broju noćenja redosljed je Njemačka (34%), Slovenija (16%), Austrija (13%), Češka (8%) i Italija (4%).

Najvažniji rast ostvaren je s njemačkog tržišta (+127%) u odnosu na prethodnu godinu, a što je i +19% u odnosu na rekordnu 2019.

U usporedbi sa 2019. godinom (nazovimo je posljednjom „normalnom“ turističkom godinom) ostvareno je 79% noćenja. Ono što posebno veseli jest da su kolovoz i rujna premašili rezultate iz 2019. godine za 4%, a u kampovima je kumulativno ostvaren 2% bolji rezultat.

Tablica 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2020. i 2021. godini na području TZG Umag

Zemlja	2021.	%	2020.	%	Indeks
Njemačka	647.636	30,14	285.666	22,44	226,71
Slovenija	503.778	23,44	569.781	44,75	88,42
Austrija	251.004	11,68	68.978	5,42	363,89
Češka	147.740	6,87	72.451	5,69	203,92
Italija	88.159	4,10	56.165	4,41	156,96
Poljska	76.213	3,55	43.244	3,40	176,24
Hrvatska	74.808	3,48	39.636	3,11	188,74
Nizozemska	67.821	3,16	10.296	0,81	658,71
Slovačka	55.693	2,59	19.048	1,50	292,38
Mađarska	46.755	2,18	18.391	1,44	254,23
Švicarska	27.542	1,28	13.855	1,09	198,79
Ostali	161.861	7,53	75.691	5,94	213,84
Sveukupno	2.149.010	100	1.273.202	100	169

Izvor: Sustav E-visitor

Situacija po tržištima pokazuje da smo sa svih najznačajnijih tržišta imali veliki porast, izuzev Slovenije gdje je zabilježen pad od 11,58%, što je direktan utjecaj slabijeg prijavljivanja nekomercijalnih gostiju jer je pad u tom segmentu iznosio čak 35% u odnosu na prethodnu godinu.

Tablica 3. Ostvarenje noćenja po mjesecima u 2020. i 2021. godini na području TZG Umag

Mjeseci	2021.		2020.		IDX dol.	IDX noć.
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja		
Siječanj	719	6.478	3.449	12.294	21	53
Veljača	599	4.754	6.440	19.253	9	25
Ožujak	1.516	7.993	2.105	8.732	72	92
Travanj	4.108	16.210	107	4.474	3.839	362
Svibanj	9.347	42.152	1.861	8.764	502	481
Lipanj	47.526	223.344	28.384	125.856	167	177
Srpanj	101.773	657.992	64.417	456.269	158	144
Kolovoz	118.131	835.724	62.968	496.018	188	168
Rujan	50.875	300.361	10.422	117.110	488	256
Listopad	11.651	39.947	2.331	14.488	500	276
Studeni	1.526	7.427	584	6.006	261	124
Prosinac	1.505	6.628	262	3.938	574	168
Ukupno:	349.276	2.149.010	183.330	1.273.202	191	169

Izvor: Sustav E-visitor

Kretanje broja dolazaka i noćenja prema mjesecima prati razvoj situacije s brojem zaraženih kako u Hrvatskoj tako i u Europi. Nakon što je pandemija popustila i granice se otvorile bilježimo značajan rast dolazaka i noćenja u svim mjesecima. Posebno je za istaknuti kolovoz i rujan kada je ostvareno čak 4% više noćenja u odnosu na rekordnu 2019. godinu.

Tablica 4. Ostvarenje noćenja po vrsti objekta u 2020. i 2021. godini na području TZG Umag

Podvrsta objekta	2021.		2020.		IDX noć
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	
Hotel	87.612	407.898	33.595	144.869	282
Kamp	90.253	547.922	41.106	238.401	230
Objekti u domaćinstvu	55.456	367.634	38.126	248.617	148
Turističko naselje	44.407	270.209	14.694	94.979	284
Apartman, soba, kuća za odmor	21.757	122.915	16.175	84.141	146
Turistički apartmani	20.276	113.099	8.422	48.753	232
Hostel, prenoćište	5.260	36.418	2.803	20.907	174
Pansion	4.286	17.398	1.301	4.981	349
Kampiralište, kamp odmorište	5.513	21.661	3.471	13.194	164
Vikendica, kuća i stan stanovnika	14.456	243.856	23.637	374.360	65
Ukupno:	349.276	2.149.010	183.330	1.273.202	169

Izvor: Sustav E-visitor

Možemo vidjeti da sve komercijalne smještajne strukture također bilježe rast, za razliku od nekomercijalnog smještaja koji bilježi pad od čak 35%. Razlog je sigurno slabije prijavljivanje gostiju koji su svakako boravili u našoj destinaciji.

1. Vizija i ciljevi

1.1. Vizija

Klaster Sjeverozapadne Istre će imat 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 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

U potpunosti su realizirani.

2. PRIHODI

2.1. Izvorni prihodi

Turistička zajednica planirala je izvorne prihode za 2021. godinu u iznosu od 5.850.000 kn, od čega je 5.100.000 kn planirano od turističke pristojbe dok je 750.000 kn planirano od članarine. Budući da je turistička sezona premašila sva očekivanja ostvareni su prihodi veći od planiranih. Tako je od turističke pristojbe ostvareno 5.390.263 kn, što je za 6% više od planiranog, a od članarine 795.907 kn, što je također za 6% više od planiranog. Od ukupno naplaćene turističke pristojbe 213.445 kn se odnosi na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu.

Realizacija izvornih prihoda:

Turistička pristojba = 5.390.263 kn

Članarina = 795.907 kn

2.2. Prihodi od proračuna grada/županije i državnog proračuna

Prihodi po ovoj stavci ostvareni su u iznosu od 100.000 kn, a odnose se na namjenske prihode iz proračuna Upravnog odjela za turizam Istarske županije za realizaciju ATP Plava laguna Croatia Open Umag. Prihodi su ostvareni temeljem Zamolbe za sufinanciranje manifestacije koja uvelike doprinosi razvoju i unapređenju imidža destinacije Umag. Prihodi prvotno nisu bili planirani, međutim ukazala se mogućnost da apliciramo na sredstva koja smo na kraju i dobili.

Realizacija prihoda iz proračuna grada/županije i državnog proračuna:

UO za turizam Istarske županije = 100.000 kn

2.3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od sustava turističkih zajednica planirani su u iznosu od 400.000 kn, a ostvareni u iznosu od 298.890 kn, što je 75% planiranih veličina. Od ukupno ostvarenih prihoda po ovoj stavci, 180.000 kn predstavlja prihod od TZ Istarske županije za sufinanciranje manifestacije ATP Plava laguna Croatia Open Umag, a 118.890 kn se odnosi na prihod od HTZ-a iz Fonda za udružene turističke zajednice za projekt nove web stranice.

Realizacija prihoda od sustava turističkih zajednica:

Hrvatska turistička zajednica = 118.890 kn

Turistička zajednica Istarske županije = 180.000 kn

2.4. Preneseni višak iz prethodne godine

Prijenos viška sredstava iz prethodne godine iznosi 4.904.086 kn i na razini je planiranog. Posljedica je racionalnog raspolaganja sredstvima u kriznoj situaciji, kao i dobrim rezultatima u godinama koje su prethodile pandemiji.

2.5. Ostali prihodi

Realizirani su u iznosu 30.562 kn i odnose se pretežno na naplaćenu štetu po polici osiguranja za štetu koja je nastala kao posljedica velikog nevremena.

2.6. Ukupni prihodi

Ukupno ostvareni prihodi iznose 11.519.708 kn i za 3% su veći od planiranih prihoda. Rezultat su boljih turističkih rezultata od planiranih, kao i bolje naplate sredstava od turističke pristojbe te članarine.

3. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Budući da još nije donesena strategija razvoja turizma Republike Hrvatske nije se krenulo u izradu strategije razvoja turizma destinacije Umag. Iz tog razloga po ovoj stavci nisu utrošena sredstva u 2021. godini.

Istraživanje i analiza tržišta obavljani su od strane djelatnika TZ grada Umaga, a prvenstveno su bila orijentirana na prikupljanje informacija o stanju broja zaraženih i Covid ograničenja na najznačajnijim emitivnim tržištima.

4. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Ukupno je za razvoj turističkog proizvoda u 2021. godini utrošeno 3.155.031 kn što je za 2% manje od planiranog.

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 nastavili su se u započeti projektni razvoj proizvoda: outdoor, bike, tenis i gourmet na nivou klastera.

U okviru proizvoda Outdoor trasirano je i označeno 3 nove staze, napravljena je priprema karata te su iste i otisnute. Dovršen je i na web postavljen bike e-book koji sadrži sve potrebne informacije za naše bicikliste, održavane su i dodatno uređene sve biciklističke staze na području destinacije Umag. Dovršen je i na web postavljen gourmet e-book koji u sebi sadrži sve ponuđače s naše destinacije (restorani, vinari, uljari, medari i sl.). Za sve navedene aktivnosti utrošeno je ukupno 290.031 kn od planiranih 300.000 kn, što je za 3% manje.

Ostvareni cilj aktivnosti su razvoj i marketing destinacije kroz permanentni razvoj proizvoda Outdoor, Bike, Gourmet i Tenis kao proizvoda u kojima imamo komparativnu prednost u odnosu na druge destinacije što potvrđuje uvrštavanje u renomirane tuzemne i međunarodne vodiče i online platforme te konstantan porast broja turista u svim navedenim proizvodima.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i Istra DMC

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 290.031 kn

4.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Fokus je na turističku industriju i suradnju s predstavnicima turističke ponude u destinaciji. U suradnji s udrugom privatnih iznajmljivača održane su radionice u svrhu poboljšanja kompetencija privatnih iznajmljivača.

Ostvareni ciljevi aktivnosti jesu iznajmljivači koji mogu na kvalitetniji način predstaviti destinaciju gostu što svakako utječe na zadovoljstvo gostiju.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 25.000 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.

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.

U 2021. godini održano je 30-ak manifestacija na kojim je TZG Umag bila organizator, suorganizator ili podupiratelj. Neke od najvažnijih su:

- ATP Plava laguna Croatia Open Umag
- ITF Svjetsko prvenstvo mlađih veterana u tenisu
- ITF Svjetsko prvenstvo super veterana u tenisu
- Tennis Europe Europsko prvenstvo veterana u tenisu
- Ultratrail utrka 100 milja Istre
- Serija međunarodnih nogometnih turnira za uzraste od 8-13 godina – Umag Trophy
- Profesionalne biciklističke utrke Trofej Umaga i Istarsko proljeće
- Istria wine and walk
- Košarkaški kamp B4U
- ACR musifest
- Champions bowl – završnica serije svjetskih teniskih turnira za mlađe uzraste
- HO HO HO Run
- Ljetni zabavni program

Budući da je većina manifestacija koje su održane unatoč svim ograničenjima vezano za pandemiju generator dolazaka turista, možemo zaključiti da je 2021. bila godina povratka organiziranih manifestacija.

Ostvareni ciljevi aktivnosti odnose se na činjenicu da su navedene manifestacije motiv dolaska u destinaciju kao i veliki generator promocije i marketinga na stranim tržištima za destinaciju Umag.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 2.800.000 kn

4.4. Turistička infrastruktura

U 2021. godini zamijenjena je dotrajala turistička signalizacija te popravljene bike postaje za samostalnu popravku bicikala. Također su postavljeni smjerokazi na biciklističke staze gdje su ili bili dotrajali ili uklonjeni. Utrošeno je ukupno 30.000 kn, što je 40% manje od planiranog iznosa.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 30.000 kn

4.5. Podrška turističkoj industriji

U 2021. godini utrošeno je 10.000 kn kao potpora studijskom putovanju u svrhu programa edukacije čeških agenata o destinaciji Umag, smještajnim kapacitetima i ukupnoj turističkoj ponudi.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 10.000 kn

5. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Za komunikaciju i oglašavanje je u 2021. godini utrošeno 1.896.741 kn što je za 4% manje od planiranog iznosa.

5.1. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

S obzirom na izazovan početak 2021. godine, u smislu ogromne nesigurnosti i zatvorenih granica, ozbiljnije oglašavanje počelo je tek u mjesecu lipnju. Iz tog razloga ukupno utrošena sredstva za ovu stavku iznose 750.000 kn što je na nivou planiranog.

Oglašavanje je obavljeno po slijedećim kanalima:

- Udruženo oglašavanje s ponuđačima smještaja u destinaciji
- Udruženo oglašavanje kroz Strateški marketing plan Istarske županije
- Oglašavanje kroz Internet kampanje udruženo s Klasterom SZ Istre

Ostvareni ciljevi aktivnosti su ogroman doseg koji smo dobili kroz podjelu budžeta na različite kanale oglašavanja te je tako naša web stranica bila najposjećenija destinacijska stranica u Republici Hrvatskoj.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 750.000 kn

5.2. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

U 2021. godini smo na domaćem tržištu imali suradnju s radiom Eurostar i Istra te portalima nacionalne Nova TV. Na međunarodnom tržištu odradili smo PR članke koje smo plasirali putem mreže predstavništava HTZ-a na tržištima Slovenije, Italije i Austrije. Odradili smo i dva studijska putovanja (Mađarska/Italija) preko TZ Istarske županije i HTZ-a.

Utrošeno je ukupno 100.000 kn što je na nivou planiranog iznosa.

Ostvareni ciljevi aktivnosti su povećanje prisutnosti u medijima te rast imidža destinacije kao poželjne.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 100.000 kn

5.3. Marketinške i poslovne suradnje

Udruženo oglašavanje sa TZ Istarske županije te oglasi u kamping vodičima u kojim se nalaze i objekti iz naše destinacije.

Utrošeno je ukupno 50.000 kn koliko je i planirano.

Ostvareni ciljevi aktivnosti su povećanje prisutnosti u medijima te rast imidža destinacije kao poželjne.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 50.000 kn

5.4. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

U 2021. godini nije bilo klasičnih sajmova na kojima bismo predstavili našu destinaciju, ali smo zato sudjelovali na online poslovnim radionicama i prezentacijama. Također smo

sufinancirali manifestaciju Dani Istre u Beogradu na kojoj je prezentirana gourmet ponuda naše destinacije.

Ostvareni ciljevi aktivnosti su povećanje prisutnosti u medijima te rast imidža destinacije kao poželjne.

Utrošeno je ukupno 50.000 kn koliko je i planirano.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 50.000 kn

5.5. Suradnja s organizatorima putovanja

U 2021. godini sufinancirali smo studijska putovanja prvenstveno vezana za kongresni i sportski turizam. Nakon sajma kongresnog turizma Conventa posjetila nas je studijska grupa koja je obišla kongresne i smještajne kapacitete Plave lagune. Isto tako, ugostili smo agente koji se bave sportskim pripremama a koji su bili u obilasku smještajnih i sportskih kapaciteta naše destinacije.

Ukupno je utrošeno 20.000 kn koliko je i planirano.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 20.000 kn

5.6. Kreiranje promotivnog materijala

TZG Umag je i u 2021. godini radio na kreiranju novog promotivnog materijala za objavu na web stranici, društvenim mrežama te u tiskanom materijalu. Dopoljena je galerija fotografija, obavljen je dotisak planova grada i image kataloga te biciklističkih karti.

Utrošeno je 83.777 kn što je 16% manje od planiranog.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 83.777 kn

5.7. Internetske stranice

Razvoj i održavanje internetske stranice www.coloursofistria.com i svih njenih pod stranica je kontinuiran zadatak koji TZG Umag provodi zajedno s Istra DMC i ostalim dionicima klastera. Utrošena sredstva se dijelom odnose na manje dorade i održavanje, SEO

optimizaciju i sl., dok se dijelom odnose na plaćanje dijela radova na izradi nove web stranice koji su učinjeni u 2021. godini.

Utrošeno je 200.000 kn, od čega se 118.890 kn odnosi na izradu nove web stranice i financirano je sredstvima iz Fonda za udružene turističke zajednice na koji smo aplicirali naš projekt.

Ostvareni ciljevi aktivnosti odnose se na izradu potpuno nove web stranice s obzirom na zastarjelost i tehnologije i vizuala prethodne web stranice koja ima već 11 godina. Sa završetkom projekta dobit ćemo potpuno novu, modernu, intuitivniju web stranicu te ćemo generirati još veću posjećenost, a posljedično i priljev gostiju.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i Istra DMC

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 200.000 kn

5.8. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Utrošeno je 10.000 kn od planiranih 20.000 kn za dopunu tekstova u gourmet i bike e-booku te prijevod istih.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Planirana sredstva: 10.000 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). TIC Savudrija ove godine nije otvoren zbog poznate situacije s pandemijom te su samo održavani troškovi hladnog pogona (telefon koji je preusmjeren). Kroz TIC-eve u sezoni prođe veliki broj turista koji su u potrazi za informacijama i promo materijalima.

U 2021. godini utrošeno je 632.964 kn što je za 3% manje od planiranog. U toj se stavci nalaze bruto plaće informatora, najam prostora i režijski troškovi. S obzirom na nesigurnu situaciju ove godine nismo zapošljavali sezonske djelatnike već su teret podnijeli stalno zaposleni. Ove se tražio ogroman angažman oko informacija vezano za Covid (gdje se može testirati, komunikacija s HZJZ, iznajmljivačima i gostima).

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 632.964 kn

6. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

6.1. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Suradnja s Udrugom privatnih iznajmljivača Sjeverozapadne Istre na modernizaciji web portala radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji. Utrošeno je 10.000 kn, a planirano je 20.000 kn.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 10.000 kn

6.2. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Utrošeno je 15.000 kn u uređenje sportskih terena za serijal nogometnih turnira Umag Trophy. Planirano je bilo 30.000 kn za uređenje.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 15.000 kn

7. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Turistička zajednica Grada Umaga tijekom 2021. godine efikasno je obavljala sve stručne i administrativne poslove Zajednice, a sve sukladno čl. 9. Statuta Turističke zajednice Grada Umaga.

Direktor Turističke zajednice tijekom 2021. godine zastupao je Turističku zajednicu, organizirao i rukovodio radom i poslovanjem Turističke zajednice, provodio odluke Turističkog vijeća i bio odgovoran za poslovanje zajednice i zakonitost rada Turističke zajednice, a sve poštujući odredbe čl. 43. Statuta Turističke zajednice Grada Umaga. Osim svega gore navedenog, direktor TZ Grada Umaga i djelatnici svakodnevno su provodili zadatke utvrđene programom rada Zajednice, obavljali stručne i administrativne poslove u vezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice te su se bavili izradom i izvršavanjem akata 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. Također, TZ Grada Umaga je svakodnevno komunicirala i surađivala s Gradom

Umagom, uredom TZIŽ, Odjelom za turizam TZIŽ, Istarskom Županijom, Glavnim uredom HTZ-a, Ministarstvom turizma, turističkim zajednicama klastera, strukovnim udrugama u turizmu, hotelskim kompanijama, turističkim agencijama, policijskom upravom, graničnom policijom, lučkom kapetanijom, lučkom upravom, marinama, srednjoškolskim i visokoškolskim ustanovama, i ostalim institucijama javnog i privatnog sektora u Istri, Hrvatskoj i inozemstvu. TZ Grada Umaga koordinirala je aktivnosti vezane uz unaprjeđenje boravka gostiju, organizaciju događanja, razvoj proizvoda i uređenje destinacije s nadležnim uredima u Gradu Umagu.

7.1. Plaće

Plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Umaga bez zaposlenih u TIC-u iznosile su 387.450 kn što je za 3% manje u odnosu na planirani iznos.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2021.

Utrošena sredstva: 387.450 kn

7.2. Materijalni troškovi

Materijalni troškovi se odnose 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.).

U 2021. godini utrošeno je ukupno 362.580 kn što je za 27% manje od planiranog iznosa.

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 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 52/19 i 42/20)).

Sjednica Skupštine, 09. travnja 2021.

DNEVNI RED:

1. Zapisnik sa 27. e-sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga od 31.12.2020.
2. Prijedlog Izvrješća o izvršenju Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2020. godinu sa realizacijom
3. Prijedlog Izvrješća o radu Turističkog vijeća u 2020. g.
4. Prijedlog Izvrješća Finum revizije o provedenom nadzoru nad radom Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01.01.-31.12.2020.
5. Izvrješće neovisnog revizora o reviziji financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2020.
6. Izbor revizijske kuće za 2021.

Sjednica Skupštine, 31. prosinca 2021.

DNEVNI RED:

1. Zapisnik sa 28. e-sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 09.04.2021. godine
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga ACI Marine za provođenje postupka:
 - a) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
 - b) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
3. Razmatranje i usvajanje Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2021.
4. Razmatranje i usvajanje Programa rada Turističke zajednice za 2022. godinu sa Financijskim planom, te donošenje Odluke o njegovom izvršenju
5. Donošenje Odluke o kriterijima za sastav Turističkog vijeća

TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag

Tijekom 2021. 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. i 18. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma NN 52/19 i 42/20).

Sjednica Turističkog vijeća, 26. ožujka 2021.

DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2020. godinu
3. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2020. g.
4. Razmatranje Izvješća o radu direktora turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga u 2020., te njegovo usvajanje
5. Razmatranje Izvješća Finum revizije o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01.01.-31.12.2020., te njegovo usvajanje
6. Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o reviziji financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2020.
7. Tekuća pitanja.

Sjednica Turističkog vijeća, 14. srpnja 2021.

DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice
2. Donošenje Odluke o potporama manifestacijama u 2021.
3. Informacija o turističkom prometu u razdoblju 01.01.-30. 06. 2021.
4. Financijski rezultati za razdoblje 01.01.-30. 06. 2021.
5. Tekuća pitanja

Sjednica Turističkog vijeća, 30. studenog 2021.

DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice
2. Utvrđivanje prijedloga Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2021.

3. Utvrđivanje prijedloga Programa rada Turističke zajednice za 2022. godinu sa Financijskim planom
4. Razmatranje i donošenje odluke o sudjelovanju TZG Umaga u SMPI za 2021. i 2022.
5. Dodatni zahtjevi za sufinanciranje manifestacija u 2021.
6. Usklađivanje Pravilnika s novim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma
7. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga ACI Marine za provođenje postupka:
 - a) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
 - b) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
8. Tekuća pitanja

Za rad tijela turističke zajednice u 2021. godini nisu utrošena sredstva jer su se vijećnici odrekli svoje naknade zbog pandemije Covid-19 kao znak solidarnosti.

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.

Budući da se racionalno raspolagalo sredstvima nije bilo potrebe koristiti rezervu te je taj iznos pribrojen u preneseni višak za korištenje u idućoj godini.

9. ZAKLJUČAK

FINANCIJSKI REZULTAT

U 2021. godini ostvareno je 6.615.623 kn prihoda, što uz preneseni višak od 4.904.086 kn čini ukupan prihod od 11.519.708 kn. Ukupno ostvaren rashod iznosi 5.826.802 kn. Financijski rezultat za 2021. godinu iznosi 5.692.906 kn viška prihoda nad rashodima raspoloživ u slijedećem razdoblju.

Ciljevi postavljeni u Godišnjem programu rada za 2021. u potpunosti su ostvareni.

Turistička zajednica Grada Umaga koordinirala 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 Godišnjem Programu rada za 2021. godinu

REALIZACIJA 2021.

Red.br.	PRIHODI	Plan 2021.	Rebalans	Ostvarenje 2021.	Indeks Ost./Rbl. 21
1.	Izvorni prihodi	4.800.000	5.850.000	6.186.170	106
1.1.	Turistička pristojba	4.400.000	5.100.000	5.390.263	106
1.2.	Članarina	400.000	750.000	795.907	106
2.	Prihodi iz proračuna grada/županije i državnog proračuna	0	0	100.000	0
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	100.000	400.000	298.890	75
4.	Prihodi iz EU fondova	0	0	0	0
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	0	0	0	0
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	4.663.000	4.904.086	4.904.086	100
7.	Ostali prihodi	40.000	31.000	30.562	99
	SVEUKUPNO	9.603.000	11.185.086	11.519.708	103
Red.br.	AKTIVNOSTI	Plan 2021.	Rebalans	Ostvarenje 2021.	Indeks Ost./Rbl. 21
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	100.000	30.000	0	0
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	50.000	0	0	0
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	30.000	20.000	0	0
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	20.000	10.000	0	0
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	4.920.000	3.230.000	3.155.031	98
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	650.000	300.000	290.031	97
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	70.000	50.000	25.000	50
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	4.100.000	2.800.000	2.800.000	100
2.4.	Turistička infrastruktura	50.000	50.000	30.000	60
2.5.	Podrška turističkoj industriji	50.000	30.000	10.000	33
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	3.050.000	1.970.000	1.896.741	96
3.1.	Definiranje brending sustava i brend arhitekture	0	0	0	0
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	1.400.000	750.000	750.000	100
3.3.	Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)	150.000	100.000	100.000	100
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	50.000	50.000	50.000	100
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	150.000	50.000	50.000	100
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	50.000	20.000	20.000	100
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	170.000	100.000	83.777	84
3.8.	Internetne stranice	230.000	230.000	200.000	87
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	50.000	20.000	10.000	50
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	800.000	650.000	632.964	97
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	100.000	50.000	25.000	50
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	50.000	0	0	0
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	20.000	20.000	10.000	50
4.3.	Poticanje na oćuvanje i uredjenje okoliša	30.000	30.000	15.000	50
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0	0	0	0
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0	0	0	0
5.2.	Domace strukovne i sl. organizacije	0	0	0	0
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	1.026.000	900.000	750.030	83
6.1.	Plaće	410.000	400.000	387.450	97
6.2.	Materijalni troškovi	580.000	500.000	362.580	73
6.3.	Tijela turističke zajednice	36.000	0	0	0
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0	0	0	0
7.	REZERVA	407.000	0	0	0
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0	0
	SVEUKUPNO	9.603.000	6.150.000	5.826.802	95
	PRIJENOS VISKA U IDUĆU GODINU		5.035.086	5.692.906	113

