

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA NOVIGRADA – CITTANOVA

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NOVIGRADA - CITTANOVA
ZA 2019. GODINU**

Novigrad, ožujak 2020.

1. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET U 2019. GODINI

U 2019. godini Novigrad je posjetilo 230.296 turista koji su ostvarili 1.331.891 noćenja. Uspoređujući s rezultatima iz 2018. godine, u 2019. godini ostvareno je 3% više dolazaka turista te 2% više noćenja što predstavlja rekordan rezultat.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 2019. i 2018. godinu

Tip smještaja	Dolasci 2019	Dolasci 2018	Indeks	Noćenja 2019	Noćenja 2018	Indeks
Strani gosti	221.329	215.655	103	1.287.034	1.269.677	101
Domaći gosti	8.967	8.053	111	44.857	40.506	111
Ukupno	230.296	223.708	103	1.331.891	1.310.183	102

Šestu godinu zaredom Hrvatska ostvaruje porast dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista. U 2019. u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je 19,6 milijuna dolazaka i 91,2 milijuna noćenja turista. U odnosu na 2018., ostvaren je porast dolazaka turista za 4,8% te porast noćenja za 1,8%.

Istru je prošle godine posjetilo 4.609.657 turista koji su ostvarili 28.709.800 noćenja, što znači da je broj dolazaka povećan za 3% a noćenja za 1% u odnosu na 2018. god. U ukupnom turističkom prometu Istre, Novigrad učestvuje sa 5% dolazaka i 4,64% noćenja.

Tabela 2. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja po zemljama porijekla – TOP 10

Država	Noćenja 2019.	Udio %	Noćenja 2018.	Udio%	Indeks
Slovenija	391.059	29,36%	405.814	30,97%	96
Njemačka	340.444	25,56%	315.603	24,09%	108
Austrija	226.046	16,97%	221.983	16,94%	102
Italija	70.681	5,31%	72.100	5,50%	98
Nizozemska	45.500	3,42%	47.834	3,65%	95
Hrvatska	44.857	3,37%	40.506	3,09%	111
Češka	41.164	3,09%	39.493	3,01%	104
Poljska	23.936	1,80%	24.236	1,85%	99
Švicarska	21.130	1,59%	20.480	1,56%	103
Slovačka	21.030	1,58%	19.077	1,46%	110

Iz tablice je vidljivo da je protekle godine ostvaren rast prometa kod najznačajnijih tržišta (Njemačka i Austrija), dok je kod gostiju iz Slovenije, Italije, Nizozemske i Poljske realiziran pad broja noćenja u

odnosu na isto razdoblje lani. Najveći porast kod najzastupljenija tržišta ostvaren je kod gostiju iz Njemačke (+8%) te kod domaćih gostiju (+11%).

S prvih pet tržišta pokriveno je 80% udjela ukupnog turističkog prometa Novigrada.

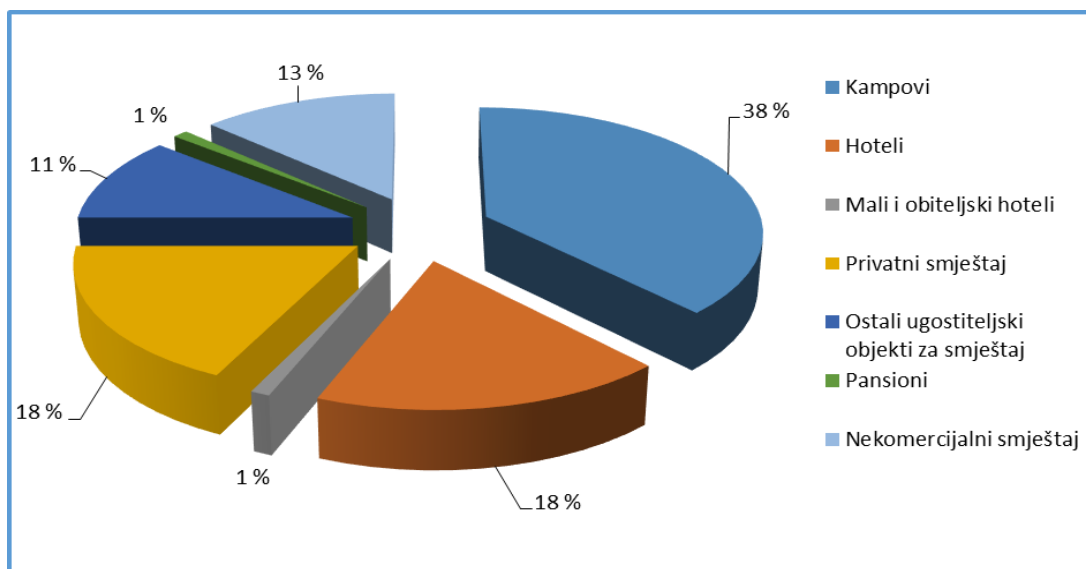
Tabela 3. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja prema vrsti smještaja

Vrsta smještaja	Dolasci	Index	Noćenja	Index	Udio %	Broj kreveta	Indeks
Kampovi	87.506	100	504.019	103	38	5.907	100
Hoteli	59.956	103	242.578	102	18	1.031	100
Mali i obiteljski hoteli	6.457	98	16.579	94	1	112	79
Privatni smještaj	35.144	109	233.093	106	18	3.220	105
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	27.836	109	151.448	100	12	3.175	100
Pansioni	3.359	101	11.972	102	1	117	100
Nekomercijalni smještaj	10.038	99	172.202	95	13	8.281	108
Sveukupno	230.296	103	1.331.891	102	100	21.830	104

Pogledamo li realizaciju po vrsti smještaja, gotovo svi imaju pozitivne indekse, a najveći postotni porast od 6% u noćenjima zabilježen je u privatnom smještaju.

Sljedeća skupina smještaja s najvećim postotnim porastom jesu kampovi sa 3% više noćenja, zatim veliki hoteli i pansioni s indexom povećanja od 2%, dok su ostali ugostiteljski objekti za smještaj (turistička naselja s bungalovima i apartmanima te pravne osobe za najam soba i apartmana) zadržali isti broj noćenja kao i 2018. godine. U nekomercijalnom smještaju zabilježen je pad broja noćenja od 5%. U skupini mali i obiteljski hoteli zabilježen je pad od 6% što zbog laganog pada broja noćenja u gotovo svim malim hotelima osim u Villi Cittar, što zbog zatvaranja hotela Sv Benedikt.

Graf 1. Pregled udjela noćenja prema vrsti smještaja



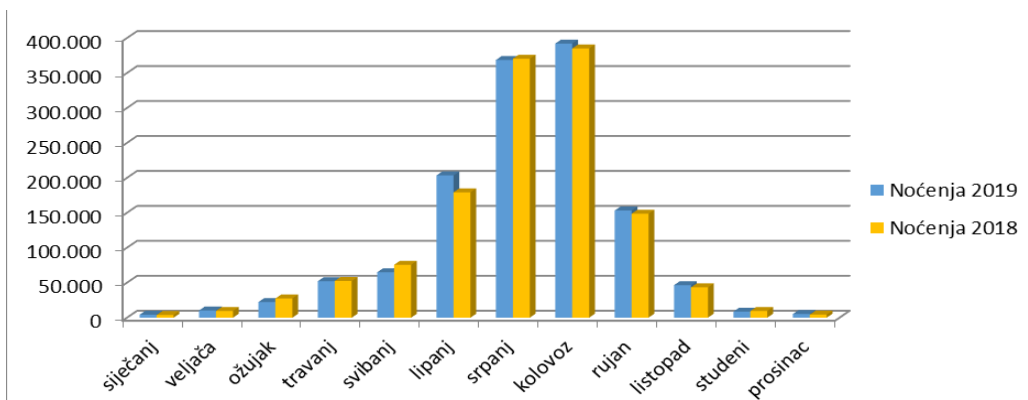
Ukupan broj smještajnog kapaciteta povećan je za 4%, te je lani na području Novigrada registrirano 13.549 komercijalnih kreveta, te 8.281 kreveta u nekomercijalnom smještaju. Najveće povećanje kapaciteta zabilježeno je upravo u nekomercijalnom smještaju i to za 8%, te u privatnom smještaju za 5% više kreveta.

Tabela 4. Pregled dolazaka i noćenja po mjesecima

Mjesec	Dolasci 2019	Dolasci 2018	Indeks	Noćenja 2019	Noćenja 2018	Indeks
siječanj	930	947	98	4.299	3.887	111
veljača	4.067	3.093	131	10.237	9.671	106
ožujak	7.295	8.523	86	22.302	27.454	81
travanj	15.029	15.565	97	52.271	52.499	100
svibanj	17.760	20.386	87	64.888	75.662	86
lipanj	40.564	35.127	115	203.523	179.294	114
srpanj	50.121	50.537	99	368.566	370.469	99
kolovoz	52.982	48.030	110	392.094	385.127	102
rujan	24.737	25.556	97	153.263	148.668	103
listopad	12.212	11.348	108	46.567	43.444	107
studeni	2.603	2.921	89	8.625	9.632	90
prosinac	1.996	1.675	119	5.256	4.376	120
Ukupno	230.296	223.708	103	1.331.891	1.310.183	102

Iz tablice s pregledom dolazaka i noćenja po mjesecima vidljiv je porast gostiju u gotovo svim mjesecima, osim u ožujku, svibnju, srpnju i studenom. Najveći rast broja gostiju zabilježen je u rekordnom lipnju s porastom turističkog prometa za 14%, te u listopadu za 7% u odnosu na 2018. godinu.

Graf 2. Usporedba realiziranih noćenja po mjesecima u 2019. i 2018. godini



Novigrad je i protekle godine bio odredište velikog broja gostiju, te je uz rekordan turistički promet za vrijeme pred i posezone, zabilježen i solidan turistički promet za vrijeme ljetnih mjeseci. Uspoređujući podatke zadnjih desetak godina, Novigrad je zaista napravio veliki iskorak u kvaliteti smještajne, ali i ugostiteljske ponude, što je dovelo do rasta turističkog prometa.

II. OSTVARENI PRIHODI U 2019. GODINI

Turistička zajednica Grada Novigrada je u 2019. godini ostvarila najveći do sada ukupan prihod u iznosu od 6.215.753 kn, 16% više u odnosu na 2018. godinu te 2% više od očekivane realizacije.

Od boravišne pristojbe uplaćeno je rekordan iznos od 4.540.324 kn, 14% više u odnosu na godinu ranije te 1% više u odnosu na očekivanu realizaciju, što čini 73% ukupnih prihoda. Za napomenuti je da je porast prihoda od BP povećan zbog povećanja iznosa visine BP za skupinu hoteli i ostali ugostiteljski objekti za smještaj sa 8,00 na 10,00 kn po noćenju (za A razred u glavnoj sezoni), te zbog povećanja godišnjeg paušalnog iznosa za privatni smještaj odnosno za objekte u domaćinstvu s prijašnjih 300,00 kn na 345,00 kn po krevetu, u odnosu na prošlu godinu.

Turističke članarine je ukupno uplaćeno 538.935 kn, 7% više u odnosu na 2018. i 2% više u odnosu na očekivano osvarenje, te čini 9% u ukupnim prihodima. Sredstva iz proračuna Grada Novigrada-Cittanova iznose 494.000 kn što je 3% više u odnosu na godinu prije i 2% više u odnosu na očekivano ostvarenje, a čini 8% ukupnih prihoda.

Prihodi od drugih aktivnosti ukupno iznose 642.263 kn, što je za čak 52% više u odnosu na godinu prije te 16% više u odnosu na očekivano ostvarenje, a čini 10% ukupnih prihoda. Razlog tom povećanju je više uplaćen iznos potpora i sponzorstva za realizirane manifestacije. Prihodi od nautičkog turizma uplaćenih od strane TZIŽ manji su u odnosu na 2018.god. za 2%. U Lučkoj kapetaniji ispostava Novigrad do kraja godine naplaćeno je ukupno 2.127.780 kn boravišne pristojbe od nautičara, što je 28% manje u odnosu na 2018.god., te je izdano 2.464 vinjeta (12% manje). Razlog ovom smanjenju, uz niže iznose BP koju plaćaju nautičari vlasnici plovila, je i problem radnog vremena Lučkih ispostava, odnosno zatvaranja njihovih ureda vikendima i blagdanima. Prihodi od HTZ-a za refundaciju plaća djelatnika zaposlenih za naplatu boravišne pristojbe u Lučkoj kapetaniji tj. ispostavi iznosili su 55.419 kn.

Od ostalih prihoda, uplaćeno je 189.000 kn potpore od čega 100.000 kn od strane HTZ-a prema Ugovoru o marketinškoj suradnji za realizaciju projekta Istria Youth Cup, zatim 85.000 kn od strane TZIŽ od čega 60.000 kn za IYC, 10.000 kn potpore za manifestaciju Večer novigradske kapešante, 10.000 kn za Wine & Walk by the sea i 25.000 kn za realizaciju gastronomskih, zabavnih i sportskih manifestacija. Za sponzorstva od strane trgovačkih društava ukupno je uplaćeno 98.035 kn od čega 60.035 kn sponzorstva od Lagune Novigrad d.d. i 35.000 kn od Crodux Derivati dva d.o.o. za Istria Youth Cup te 3.000 kn sponzorstva od Neapolis d.o.o. za otkup nagrađenog dijela natječaja Slikarski ex tempore.

Zbog odobrenih većih iznosa potpora za manifestacije od planiranog, prihodi za potpore manifestacijama veći su za 15% od očekivane realizacije te gotovo trostruko veći u odnosu na 2018. godinu.

S obzirom da su prihodi bili realno predviđeni, nije bilo potrebno raditi rebalans plana.

Tabela 5. Usporedni prikaz ostvarenih prihoda u 2018. i 2019. godini

PRIMICI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2018.	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	OSTVARENJE 2019.	RAZLIKA 5 - 4	Indeks 5/4	Indeks 5/2	Udio %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	3.969.990	4.580.000	4.500.000	4.540.324	40.324	101	114	73%
PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	502.978	460.000	530.000	538.935	8.935	102	107	9%
PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA	480.100	430.000	483.000	494.000	11.000	102	103	8%
PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	423.682	460.000	554.228	642.263	88.035	116	152	10%
Prihodi BP - Nautika TZIŽ	305.366	260.000	299.809	299.809	0	100	98	5%
Račun BP - Refundacija HTZ	54.125	50.000	55.419	55.419	0	100	102	1%
Potpore projektima i manifestacijama	52.500	100.000	164.000	189.000	25.000	115	360	3%
Prihodi od trgovačkih društava	11.691	50.000	35.000	98.035	63.035	280	839	2%
OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	3.973	10.000	4.000	231	-3.769	6	6	0%
SVEUKUPNO PRIHODI	5.380.722	5.940.000	6.071.228	6.215.753	144.525	102	116	100%

Ovdje treba još spomenuti da se očekuju i dodatna sredstva sponzorstva u iznosu od 90.000 kn za nogometni turnir Istria Youth Cup.

Detaljnija struktura prihoda i rashoda po pojedinim stavkama, sastavni je dio financijskog izvješća Turističke zajednice Grada Novigrada za 2019. godinu i nalazi se pri kraju ovog izvješća.

III. OSTVARENI RASHODI U 2019. GODINI

Ukupno je prošle godine realizirano 5.977.323 kn rashoda, 14% više u odnosu 2018. godinu, te 1% više u odnosu na očekivanu realizaciju. Sukladno programu rada i financijskom planu za 2019. godinu, realizirane su gotovo sve planirane aktivnosti te nisu ostvarena veća odstupanja.

Ukupno ostvareni rashodi prikazani su kao knjigovodstveni rezultat poslovanja u što ulaze svi realizirani troškovi, te troškovi amortizacije, ali ne ulazi imovina. Ukupno ostvareni izdaci predstavljaju sve isplate u prošloj godini, odnosno sve troškove, u što su uključeni i troškovi nabave imovine, ali nisu uključeni troškovi amortizacije. Dakle, ukupni rashodi istovjetni su knjigovodstvenim izvještajima, dok su ukupni izdaci prikazani kao novčani tijek.

U oba slučaja, ukupni rashodi odnosno izdaci u 2019. imaju odstupanje od 1% u odnosu na očekivano ostvarenje te je u konačnici realiziran veći prihod nad rashodima u iznosu od 238.429 kn, umjesto planiranih 151.540 kn viška prihoda nad rashodima.

Od ukupnih troškova TZ-a, u najvećem obujmu ostvareni su troškovi dizajna vrijednosti, koji se u najvećoj mjeri odnose na realizaciju mnogobrojnih manifestacija, zatim na razvoj destinacijskih proizvoda i na uređenje novigradskih plaža, za što je ukupno utrošeno gotovo polovica budžeta, odnosno 2,76 milijuna kuna (46% ukupnih rashoda). Sljedeća po redu stavka je transfer u proračun Grada od 1.36 milijuna kuna (23% ukupnih rashoda), zatim administrativni rashodi u iznosu od 936.278 kn (16% ukupnih rashoda). Slijede troškovi komunikacije vrijednosti s ostvarenih 613.450 kn koji čine 10% ukupnih rashoda, zatim rashodi marketinške infrastrukture u što ulaze troškovi projekta

brendiranja destinacije, s ukupno utrošenih 160.496 kn (3% ukupnih rashoda), nakon toga troškovi distribucije i prodaje vrijednosti koji se odnose na sajmove, prezentacije te ugošćavanje novinara i agenata s realiziranih 38.906 kn rashoda (1%), dok su troškovi pomoći, donacija i sponzorstva u iznosu od 21.963, te troškovi internog marketinga odnosno troškovi edukacija, nagrada i priznanja za najuređenije okućnice te troškovi analize razvoja turizma u Novigradu u iznosu od 21.518 kn realizirani u približno istom iznosu s učešćem od 1%. Troškovi za posebne programe nisu bili planirani, a realizirani su za sponzorstvo novigradskih glazbenika koji su išli na natjecanje u Memphis (SAD).

Od pojedinačno ostvarenih troškova prema Financijskom planu za 2019. godinu, najveći udio utrošen je za realizaciju mnogobrojnih manifestacija, odnosno 2.093.383 kn što u ukupnim rashodima čini 35%, slijede rashodi za radnike u iznosu od 700.329 kn (12% ukupnih rashoda). Zatim troškovi razvoja proizvoda koji iznose 350.655 kn i čine 6% ukupnih izdataka, troškovi poticanja i sudjelovanja u uređenju grada odnosno sufinanciranje uređenja gradskih plaža i projekta suzbijanja populacije galebova s ukupno utrošenih 317.100 kn (5%), slijede troškovi troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama čije se aktivnosti ostvaruju u suradnji s TZIŽ-om i HTZ-om u iznosu od 280.084 kn (5% ukupnih rashoda), te rashodi ureda u iznosu od 196.480 kn (3% rashoda). Sljedeći su troškovi offline komunikacije s ukupno utrošenih 153.331 kn (3%), zatim troškovi online komunikacije ili upravljanje internet stranicama s iznosom od 139.280 kn (2% rashoda), te troškovi marketinške strategije s utrošenih 100.000 kn za brendiranje destinacije (2% ukupnih rashoda).

Svi ostali troškovi sudjeluju s udjelom od 1% ili manje, a detaljnije su prikazani u Financijskom planu.

Detaljnija razrada realiziranih troškova pojašnjena je u nastavku ovog Izvršća, sukladno stavkama financijskog plana.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	5.883.566 kn	5.909.688 kn	5.977.323 kn

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI

U ovu stavku uvršteni su rashodi za radnike, rashodi ureda, rashodi TIC-a, rashodi za rad tijela TZ-a te troškovi amortizacije.

Krajem travnja je TIC započeo s cjelodnevnim radnim vremenom od 08 do 19h svakim danom te su zaposlene dvije sezonske djelatnice, dok za ispomoć u realizaciji mnogobrojnih manifestacija ove godine nije zaposlen još jedan sezonski djelatnik.

U Lučkoj kapetaniji – ispostava Novigrad, zaposlena su dva sezonska djelatnika.

Rashode ureda čine izdaci za usluge (troškovi najma, vode, telefona, komunalne, poštanske, računovodstvene usluge i dr.), materijalni izdaci (troškovi struje, uredski materijal, materijal za čišćenje i održavanje ureda i službenog vozila i dr.), troškovi reprezentacije i sjednica, premije osiguranja i ostali nespomenuti rashodi.

Rashode TIC-a čine izdaci za usluge (poštarina, održavanje i dr.), materijalni izdaci (za čišćenje, uredski materijal i dr.), sitan inventar (nabava novog računala) te ostali nespomenuti rashodi.

Ured Turističke zajednice Grada Novigrada-Cittanova u predmetnom razdoblju koordinirao je, organizirao i pripremao dokumentaciju za potrebe tijela Zajednice:

Turističko vijeće, Nadzorni odbor i Skupština TZG Novigrada-Cittanova održali su sjednice na kojima su razmatrani i usvojeni Godišnji izvještaj o radu te financijski izvještaji TZ-a za 2018. godinu, program manifestacija za 2019. godinu, odobrena je agencija za izradu i implementaciju novog brenda destinacije, usuglašen je iznos visine turističke pristojbe za 2020. godinu sukladno novom zakonu, te je krajem godine usvojen Program rada za 2020. godinu.

Ukupno je u izvještajnom razdoblju realizirano 5% više troškova u stavci administrativnih rashoda u odnosu na godinu prije, u najvećoj mjeri zbog povećanja izdataka za sezonske djelatnike. U odnosu na očekivano ostvarenje, administrativni rashodi manji su za 1%.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	939.500 kn	944.919 kn	936.278 kn

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Ovdje su uvrštene aktivnosti poticanja i sudjelovanja u uređenju grada, zatim troškovi manifestacija, razvoj proizvoda i potpora razvoju DMK-a.

Troškovi dizajna vrijednosti na nivou su prošlogodišnjih troškova za izvještajno razdoblje. U nastavku su navedeni realizirane vrijednosti po stavkama financijskog plana.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	2.680.351 kn	2.689.246 kn	2.761.138 kn

2.1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

U aktivnostima za poticanje i sudjelovanje u uređenju grada realizirani su troškovi participacije u uređenju gradske plaže Dajla po uzoru na zelenu plažu s iznosom od 300.000 kn, zatim troškovi participacije u projektu kontrole i suzbijanja populacije galeba klaukovaca u iznosu od 10.000 kn, te troškovi postavljanja 3 svlačionice na gradskim plažama s iznosom od 7.100 kn.

Ukupno realizirani troškovi uređenja destinacije veći su za 2% u odnosu na 2018. godinu dok su za 1% manji od očekivanog ostvarenja.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	320.000 kn	320.000 kn	317.100 kn

2.2. Manifestacije

I protekle je godine najveći dio sredstava TZ-a bio namijenjen manifestacijama i priredbama s ciljem podizanja imidža Novigrada kao grada doživljaja, očuvane tradicije, sporta i kvalitetne gastronomske ponude. Zajedničkom suradnjom TZ-a, gradskih institucija, udruga i turističke privrede realizirano je niz događanja u cilju kreiranja motiva dolaska gostiju tijekom čitave godine. Kalendar događanja usklađen je sa svim navedenim subjektima i tiskan u obliku brošure i info letaka u svrhu informiranja gostiju, građana, turističkih agencija, privatnih iznajmljivača te smještajnih objekata. U kalendaru događanja zastupljene su i dalje bile neke od tradicionalnih, prepoznatljivih manifestacija; neke su dobile novo ruho ili su se odvijale češće no dosad, a bilo je i potpuno novih evenata koji su tijekom ljetnih mjeseci animirali ljetne goste Novigrada te bili dodatni motiv dolaska u naš grad. Od prošlog ljeta kalendar događanja bio je koncipiran po novom principu repetitivnih događanja, tj. određeni dan u tjednu bio je rezerviran za određenu vrstu eventa. Četvrtak je, primjerice, bio rezerviran za filmske projekcije na otvorenom u Parku Novigradske biskupije (*Movie nights*). Petkom su održavani glazbeni nastupi na

tragu jazza, bluesa, world musica i drugih sličnih glazbenih pravaca (*Live@Jazz Corner* u Prolazu B. Petrovića), a subota je bile rezervirana za glazbenu zabavu na Velikom trgu (*Piazza grande music nights*) uz vesele plesne ritmove i melodije. Nedjeljom su se održavali programi namijenjeni djeci, uz nastupe uličnih umjetnika, akrobata, performerera itd. (*Kids' day*). Održane su slijedeće manifestacije i događanja koje je organizirala ili podržala Turistička zajednica:

- Handball Week – Winter edition (2.-7.1.) – rukometni kamp za mlađe kategorije
- Maškare – Dječji karneval (23.2.)
- World autism awareness day (2.4.) – Obilježavanje Dana svjesnosti o autizmu
- Sweet Wine & Walk (13.4.)
- Eko dani – pješački eko pohod (14.4.)
- Eko dani – sadnja stabala (19.4.)
- Uskrs uz glazbu (21.4.) – glazbena dobrodošlica ulicama Novigrada
- Piazza Grande music & wine (27.4.) – glazbena zabava uz ponudu novigradskih vina - Fun box band
- Prvomajski piknik (1.5.)
- Prvomajska MTB biciklijada (1.5.)
- European taekwondo championship (10.-12.5.) Međunarodno natjecanje u taekwondou
- Memorijalni turnir u podvodnom ribolovu „Erik Radin“ (17.-19.5.)
- Istria Wine & Walk – Buje, Brtonigla (18.5.)
- Susret bikera „Pirates party“ (24.-25.5.)
- Black Belt Cup – karate natjecanje (24.-26.5.)
- 5. Novigrad u folkloru (25.5.)
- Večer novigradske kapešante (1.6.)
- Međunarodna jedriličarska regata Transadriatica – Venezia – Novigrad – Venezia (7.-8.6.)
- 16. Međunarodni slikarski Ex tempore natječaj (8.6.)
- Piazza Grande music & wine (8.6.) - glazbena zabava uz ponudu novigradskih vina - Le Monde Band
- Natjecateljski old timer rally (8.6.)
- Plesni nastup na Velikom trgu (11.6.) – plesna skupina Senec, Slovačka
- Međunarodni Festival Čarobni Novigrad (15.-16.6.)
- Međunarodni dan joge (16.6.)
- Plesni nastup na Velikom trgu (11.6.) – plesna skupina Senec, Slovačka
- Fešta Sv. Ivana Krstitelja u Dajli (22.-23.6.)
- Koncert klasične glazbe u gradskoj lođi (25.6.)
- Glazba na svakom kutku (26.6.)
- Istria Folk Fest (28.6.) - nastupi europskih folklornih grupa
- Movie night (4.7.) – projekcije filmova na otvorenom - Bohemian rhapsody
- Piazza Grande music nights (6.7.) - glazbena zabava uz ponudu novigradskih vina – Techno

vikings

- Movie night (11.7.) – Aquaman
- Live@Jazz.Corner (12.7.) – koncert jazz, blues, world... glazbe – Griff acoustic
- Kids' day (14.7.) – program uličnih umjetnika, performerera, akrobata...
- Movie night (18.7.) – Alfa
- Piazza Grande music nights (19.7.) – ABBAzia
- Slovenska noć (20.7.)
- Kids' day (21.7.)
- Movie night (18.7.) – Spider-man: Into the Spider-verse
- Che gusto – eno-gastronomska manifestacija (25.7.)
- Večer uličnih čarobnjaka (27.7.)
- Live@Jazz.Corner (26.7.) – Elis Lovrić
- Astro party Lunasa (31.7.-1.8.)
- Piazza Grande music nights (3.8.) – The Beatles revival
- Kids' day (4.8.)
- MFF predstavlja: Novo Kino Novigrad (6.-8.8.) – projekcije filmova sa MFF
- Piazza Grande music nights (10.8.) – Griff&Zuccherro celebration band
- Kids' day (11.8.)
- Movie night (15.8.) – A star is born
- Live@Jazz.Corner (16.8.) – Parti time band
- Piazza Grande music nights (17.8.) – Disco magic band
- Festival vizualnih umjetnosti Arterija (17.-20.8.)
- Sajam „Domaće je najbolje“ (18.-21.8.)
- Fešta Sv. Pelagija (22.8.-25.8. + 28.8.)
- Međunarodna biciklijada „Điro od Čitanove“ (25.8.)
- Orkestar mladih SO-DO el sistema Hrvatska (28.8.)
- Movie night (29.8.) – Čarobnjak iz Oza
- Live@Jazz.Corner (30.8.) – MusiCity
- Istria folk fest (31.8.)
- Glazba na svakom kutku (4. 9.)
- Glazba na svakom kutku (11. 9.)
- Međunarodni Old timer rally (7.9.)
- Sardelafest (13.9.) – Febra
- Wine & Walk by the sea (28.9.)
- Foto ex tempore (3.-5.10.)
- Park food fest (5.10.) – nova gourmet manifestacija (street food, showcoking program, glazbena animacija...)
- Istria Youth Cup (8.-12.10.) – međunarodni nogometni U16 turnir
- Istria Kickboxing Challenger (12.-13.10.)

- Humanitarni teniski turnir Colours of tennis (12.10.)
- Dan jabuke (12.10.)
- Novigrad-Cittanova Run (19.10.)
- Dani gljiva (19.-20.10.)
- Istria Granfondo Family & Gourmet Tour (20.10.)
- Novigradska lignjada (9.11.)
- 1. Cheer camp (16.-17.11.) – umjesto planiranog Fitness day-a
- Novigradske božićne radosti (12.-16.12.)
- Goodbye 2019 (31.12.)

Održane su gotovo sve planirane manifestacije u organizaciji TZ-a. Zbog lošeg vremena 4.5. nije održan prvi planirani termin nove gastro manifestacije *Park Food Fest*, zatim dva izdanja *Piazza Grande Music Nights* (13. i 27.7.) te po jedno izdanje *Live@Jazz Corner* (2.8.) i *Kids' day* (28.7.). U organizaciji Udruge Mocar prst, ove godine nije održan *Parkfest* koji je bio u planu zadnjeg vikenda u lipnju.

Za realizaciju svih održanih manifestacija utrošeno je ukupno 2.093.383 kn, 15% više nego 2018. godine te 4% više u odnosu na očekivano ostvarenje.

Zabavne manifestacije, koje su i najzastupljenije i koje imaju najveći udio u ukupnim troškovima, realizirane su s iznosom od 1.257.218 kn, 3% više nego prethodne godine zbog većeg broja planiranih i održanih manifestacija.

Kulturne manifestacije realizirane su po planu s iznosom od 71.457 kn, što je 14% manje u odnosu na 2018. godinu zbog manje realiziranih troškova za *Slikarski ex tempore* i *Novo Kino Novigrad*.

Od **sportskih manifestacija**, u protekloj je godini ukupno realizirano 536.926 kn rashoda, što je gotovo dvostruko više u odnosu na prvotni plan i na godinu ranije, zbog odobrenih većih iznosa isplata za troškove organizacije nogometnog turnira *Istria Youth Cup*, s obzirom na veće iznose sponzorstava i potpora od strane trgovačkih društava te HTZ-a i TZIŽ. Slijedi kratko izvješće o realizaciji turnira:

Četvrto izdanje **Istria Youth Cup-a**, prošle je godine održano od 8. do 12. listopada na terenima Novigrada i Buzeta i okupio je neke od najrenomiranijih europskih i svjetskih klubova: hrvatski predstavnik *GNK Dinamo Zagreb*, austrijski *Red Bull*, škotski *Rangers F.C.*, portugalska *SL Benfica*, češka *SK Slavia Prag*, američki *LA Galaxy* te po prvi puta engleski *FC Arsenal* i talijanski *Udinese*. Turnir je svrstan u kalendar međunarodne nogometne organizacije FIFA-e i Hrvatskog nogometnog saveza HNS-a. Turnir od samoga početka u Hrvatsku dovodi najpoznatije europske nogometne klubove i predstavlja glavno događanje kojim se zatvara bogata sportska sezona destinacije pa ne čudi sve veća zainteresiranost za sudjelovanje klubova i van Europe. Posebno veseli činjenica da je natjecanje poprimilo u vrlo kratkom vremenu reputaciju najkvalitetnijeg turnira U-16 u ovom djelu Europe. U četiri godine koliko se održava, do sada je okupio 16 prvoligaških klubova s dva kontinenta, a o samoj kvaliteti turnira u prilog govori interes koji ekipe pokazuju za ponovno sudjelovanje. Organizacija ovog uspješnog turnira iziskuje angažman 20 ljudi u samoj pripremi i realizaciji. Operativnu organizaciju turnira koordinira Izvršni odbor a uključuje aktivnosti kao što su organizacija natjecanja, logistike, utvrđivanje financijske konstrukcije projekta, prihvaćanje projekta od strane svih subjekata uključenih

u organizaciju turnira, formiranje organizacijskog tima, izrada detaljnog programa natjecanja, utvrđivanja popisa sudionika turnira do prezentacije turnira sponzorima te organizacije marketinških aktivnosti i PR-a. Svim gostujućim nogometnim ekipama organizirana je profesionalna podrška, održavanje utakmica (nogometni tereni, suđenje, liječnički tim, prijevoz, snimanje utakmica), različita sportska oprema i organizacija slobodnog vremena. Kroz organizaciju i održavanje turnira, svim ekipama i njihovoj pratnji želja je na najbolji mogući način predstaviti cjeloviti turistički proizvod kroz nogometnu infrastrukturu, smještaj, uslugu, prirodne i kulturne znamenitosti Istre i time osigurati njihov povratak i u privatnom aranžmanu. Uz samo sportsko natjecanje, i prošle su godine održani i dodatni sadržaji u sklopu turnira, odnosno panel diskusija i Dan otvorenih vrata turnira, odnosno „Kids day“. Tema prošlogodišnje panel diskusije bila je „Vrhunski sportaši kao najbolji ambasadori zemlje i promotori turističkih destinacija“ na kojoj su sudjelovali poznati sportaši i vrhunski nogometni stručnjaci: bivši vaterpolski reprezentativac Dubravko Šimenc, voditelj regrutacijskog tima Glasgow Rangers akademije Phil Cowen, bivši igrač Southamptona i nogometni agent David Hughes te trener mladih golmana u Arsenalu Chris Terpcou.

Nakon panel rasprave u podnevnim satima na nogometnom stadionu „Lako“ održao se i Dan otvorenih vrata turnira, odnosno „Kids day“, tijekom kojeg su mladi nogometaši iz Novigrada i okolice imali priliku družiti se sa sudionicima turnira, te se okušati u otvorenom treningu i demonstraciji nogometnih vještina uz prisustvo trenera iz redova momčadi sudionika.

Gastronomske manifestacije čine treću po redu najzastupljeniju stavku po troškovima i prošle je godine ukupno utrošeno je 151.926 kn, 26% manje nego godinu prije i to zbog sufinanciranja iz klsterskog budžeta za troškove novog gourmet eventa *Park Food Fest* te zbog povećanja iznosa učešća klsterskog budžeta za realizaciju manifestacije *Wine & Walk by the sea*. Od gastronomskih manifestacija, lani su održana dva izdanja *Gnam-gnam festa*, odnosno *Večer novigradske kapešante* u lipnju i *Sardelafest* u rujnu. Umjesto *Šparugafesta* krajem travnja, trebalo se održati prvo izdanje novog gourmet eventa *Park Food Fest* početkom svibnja i to u Parku novigradske biskupije. Međutim, zbog lošeg vremena manifestacija je prvotno bila odgođena za početak lipnja, a potom otkazana zbog nemogućnosti održavanja u lipnju. Zbog važnosti ovog eventa za promociju destinacije, slijedi kratko izvješće o reliazaciji prvog *Park Food Festa* koji je uspješno održan početkom listopada i koji je uspio okupiti ponajbolje restorane i vinare s područja SZ Istre:

Park food fest je zamišljena kao jednodnevna gourmet manifestacija koja se protekle godine održala po prvi puta, a trebala je imati dva termina: 4. svibnja (u znaku divlje šparoge) i 5. listopada (u znaku istarskih specijaliteta). Zbog lošeg vremena, prvi termin je otkazan, dok je manifestacija početkom listopada uspješno održana. Događanje je zamišljeno kao cjelodnevna manifestacija, od ranih popodnevnih do kasnih večernjih sati i održala se u Parku novigradskih ribara, na samom ulazu povijesne jezgre, uz staru gradsku lučicu Mandrač. Tijekom dana u ponudi su se našla tipična istarska jela od sezonskih namirnica (ribe, školjke, sipe, lignje, tartufi i dr.), pri čemu su jela bila osmišljena kao kombinacija istarske tradicijske gastronomije i novog, globalno popularnog street food trenda. Jela su se tijekom dana u posebnim, moderno i decentno uređenim festivalskim „kućicama“, nudila kod

nekoliko ugostiteljskih objekata, gourmet partnera eventa. Tijekom dana u više navrata održani su show cooking programi, u okviru kojih su svoje kulinarske vještine demonstrirali neki od najpoznatijih chefova i vlasnika restorana sjeverozapadne Istre. Show cooking su u prvom izdanju festivala izveli poznati chefovi restorana *Buščina*, *San Rocco*, *Primizia*, *Damir i Ornella*, te *Morgan*, koji su mnogobrojnim posjetiteljima pokazali kako se pripremaju istarski specijaliteti s namirnicama koje su tipična za regiju u ovo doba godine, dok su street food ponudu nudili restoran *Half 8* u suradnji s *Mason burgers & stuff* (Ivan Zidar), *Konoba Kod Marice* i *Pelagius Novigrad*. Bila je ovo prilika i za kušanje najboljih burgera u Hrvatskoj prema recepturi chefa Ivana Zidara. Naime, ovaj poznati pulski chef krije se iza popularnog brenda burgera Mason, a dobitnik je nagrade za najbolji burger na Zagreb Burger Festivalu 2018. godine. Za ovu manifestaciju pripremio je i publici predstavio posebne burgere od špalete i tartufa i poseban hot dog odnosno istarsku kobasicu. U bogatoj eno-gastronomskoj ponudi istaknule su se razne namirnice, kao npr. istarske kobasice, meso od boškarina, tartufi, ali i riba, školjke te sipe i lignje, i razna su se jela pripremala na tradicionalan, ali i na moderan, street food način. Tako su posjetitelji mogli kušati istarski brodet sa sipama, fuže s mesom od boškarina, salatu od plodova mora, fritaju s kobasicama, ali i istarsku tortillu. Na show cookingu su se pak pripremala i posjetiteljima prikazala malo drugačija jela: moderno pripremljena istarska maneštra jota, carpaccio od boškarina, zanimljive kombinacije jela od sipe i lignje s tartufima, te sirova riba. U jednom danu posjetitelji su na raspolaganju imali razna maštovita jela od sezonskih namirnica koja se jedu s nogu, a njihova priprema i serviranje bilo je na razini vrhunskih restorana. Sa svojom ponudom vina, sudjelovali su neki od najboljih vinara sjeverozapadne Istre: *Clai*, *Coronica*, *Ghira*, *Moreno Ivančić*, *Leonardo Palčić*, *Pervino*, *Veralda* i *Vina Demark*, a nudile su se i craft pive istarskih proizvođača: *Kampanjola* i *Vergal*. Treba svakako istaknuti da se posebna briga vodila o ekološkoj održivosti eventa, pa se sva hrana posluživala u vizualno dopadljivim (kartonskim>reciklirajućim) posudicama, vino u staklenim vinskim čašama, a za jelo koristio se drveni ili bio-razgradivi pribor. Manifestacija je imala i svoju glazbenu kulisu uz nastup 3 manja benda kao i voditelja programa od popodnevnih do ranih večernjih sati.

Uz tradicionalnu akciju sadnje stabla i čišćenje podmorja, u sklopu **ekoloških manifestacija**, po prvi puta je sredinom travnja održana rekreativna šetnja, odnosno pješački pohod po novoj pješačkoj stazi koja kreće iz novigradske sportske dvorane, preko St. Rozelo i doline rijeke Mirne ide prema Paoliji, te se preko naselja San Servolo i Stancija Grande ponovo vraća do sportske dvorane. Ukupni troškovi iznosili su 9.546 kn, što je 40% manje od godine ranije.

U stavku **Ostale manifestacije** svrstani su troškovi organizacije uskršnjeg programa te potpore i troškovi za ostale manje manifestacije (ljetni koncert klasične glazbe, Joga day, Aperol party i dr.) s iznosom od 16.124 kn.

Od **potpora manifestacijama i projektima** realizirano je ukupno 50.486 kn rashoda, 26% manje u odnosu na godinu ranije zbog izostanka potpore za *Arteriju*, za dječji vrtić Tičići i za projekt *Iskorak iz tišine*.

Utrošena sredstva po pojedinim manifestacijama iskazana su u tablici realizacije financijskog plana koja se nalazi na kraju ovog izvješća.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	1.993.315 kn	2.018.484 kn	2.093.383 kn

2.3. Razvoj proizvoda

Sukladno Marketing planu klastera za 2019. godinu kojim su definirane smjernice, aktivnosti i projekti za razvoj proizvoda nogomet, tenis, bike, wellness i gourmet, protekle godine uspješno su realizirane aktivnosti promocije i unapređenja navedenih proizvoda. U okviru zadaća za razvoj proizvoda, realizirane su slijedeće planirane aktivnosti:

- Sukladno odluci organizacijskog odbora, nakon 8 uzastopnih godina, lani nije održan međunarodni nogometni turnir Istria Winter Cup. Razlog tomu je velika zauzetost nogometnih terena tijekom veljače i nemogućnost ugošćavanja većih nogometnih klubova u zimskom terminu. Naime, zbog uspješnog razvoja sportskog turizma, odnosno dovođenja nogometaša na pripreme u zimskom periodu, zaključeno je da nema potrebe za održavanje ovog zimskog turnira. Za daljnji razvoj i promociju **nogometa** realizirani su troškovi ugošćavanja nogometne akademije Manchester City uzrasta U-17 koji su u Novigradu boravili krajem srpnja, te je posebno za ovu prigodu održan susret i zajednički trening novigradske djece i igrača. TZ Novigrada financijski je podržala i organizirala navedeni susret te pokrila troškove transfera iz zračne luke Pula, za što je ukupno realizirano 15.563 kn. Ostali troškovi za razvoj nogometa odnose se na klasterske aktivnosti promocije i promidžbe destinacije te manji dio na troškove organizacije turnira *Istria Youth Cup* koji je supješno realiziran sredinom listopada.
- Za razvoj **tenisa** objavljeni su članci o tenisu, ažurirani članci na COI web stranici, te je kreiran event unutar Colours Of Istria facebook page-a za teniski event u listopadu – Humanitarni tenis turnir parova Colours of Tennis, koji je 12.10.2019. održan u Novigradu. Za blog coloursofistria.com i ove je godine nastavljena suradnja s Goranom Ivaniševićem koji je tijekom umaškog ATP turnira Plava Laguna Croatia Open Umag pisao blog postove/kolumne pod nazivom „Pogled legende” te je objavljeno je 8 blogpostova tijekom turnira.
- Na području **biciklizma** izrađen je kalendar bike manifestacija, održana je prezentacija bike proizvoda u Italiji, La Spezia, za vrijeme Granfonda Tarros Montura u EXPO zoni 30.-31.03.2019. Odrađena je i foto produkcija s poznatim biciklistima - Alex Payer iz Austrije i Laura Šimenc iz Slovenije, ažuriran je Bike e-book te su poslana priopćenja za medije i suradnje sa specijaliziranim časopisima na domaćem i inozemnom tržištu. 20.10. je uspješno održana naša najveća biciklistička utrka *Istria Granfondo* na kojoj je ove godine sudjelovalo oko 600 biciklista. Uz realizirane aktivnosti za promociju biciklizma, TZG Novigrada-Cittanova sudjelovala je i financijski podržala izradu i postavljanje biciklističke signalizacije na staze te košnju i kresanje staza na području Novigrada, u suradnji s BK Novigrad.
- Za razvoj **wellnessa** ove su godine izostali projekti *Wellness Moments* te *Istria Detox i Relax Days* zbog nemogućnosti održavanja ovih evenata u wellness objektima radi velikoj broja sportaša koji u istim terminima borave u našoj destinaciji. Odrađena je foto produkcija wellnessa u objetima Plave Lagune i Aminess Maestral za potrebe PR-a, društvenih mreža, priopćenja za medije i

novinara. Na web-u su objavljena tri nova wellness članka te je odrađen Wellness nagradni natječaj.

- Za razvoj **gourmet** proizvoda održane su manifestacije *Sweet Wine & Walk* na području Momjana, zatim *Istria Wine and Walk* u Bujama, te *Wine & Walk by the sea* i *Park Food Fest* u Novigradu. S obzirom da je sukladno Marketing planu klastera odlučeno da se gastronomski dani (Dani švoja, šparuga i dr.) više kao takvi neće održavati, obavješteni su ugostitelji sjeverozapadne Istre o drugačijem konceptu prezentiranja autohtonih namirnica (školjke, lignje, švoje, šparoge) u svrhu valorizacije gastronomske ponude našeg kraja. Za promociju gastro ponude održana je prezentacija u Beču na temu šparoga početkom travnja, a u kojoj su sudjelovali renomirani ugostitelji, vinari i maslinari SZ Istre, te su održane promidžbene kampanje vezane uz pojedini event za vrijeme pred i posezone, foto i video produkcija te press tripovi novinara i blogera.
- Za razvoj **outdoor** aktivnosti uspješno je realizirana utrka *Umag Night Run* u lipnju, izvršeno je kartiranje pješačkih i jogging mapa sjeverozapadne Istre te je odrađen niz promotivnih aktivnosti s ciljem objava članaka i reportaža iz destinacije.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
• Nogomet	21.167 kn	21.167 kn	22.032 kn
• Tennis	4.411 kn	4.411 kn	4.649 kn
• Bike	92.076 kn	80.076 kn	78.946 kn
• Wellness	14.167 kn	14.167 kn	14.138 kn
• Gourmet	75.940 kn	75.940 kn	70.901 kn
• <u>Outdoor</u>	<u>25.775 kn</u>	<u>25.775 kn</u>	<u>30.764 kn</u>
Ukupno	233.536 kn	221.536 kn	221.430 kn

U sklopu razvoja proizvoda na nivou TZG Novigrada-Cittanova, uvršteni su projekti novigradskog suvenira za što je utrošeno 15.276 kn, zatim potpora za Gallerion u iznosu 10.000 kn – izložba povodom 100. obljetnice od 1. svjetskog rata, trošak tiska promotivnih materijala za turistički razgled grada s iznosom od 1.425 kn, zatim trošak tiska promotivnih materijala za *Novigrad-Cittanova Wine Trail* u iznosu od 2.524 kn te potpora za Ornitološki park Antenel-Mirna od 100.000 kn koji je doniran Gradu Novigradu za građevinske radove uređenja prilaza parku.

Ukupni troškovi za razvoj proizvoda veći su za 38% u odnosu na 2018. zbog nove stavke potpore ornitološkom parku te su u skladu s planom.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
<u>UTROŠENA SREDSTVA</u>	<u>366.036 kn</u>	<u>350.761 kn</u>	<u>350.655 kn</u>

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Komunikacija vrijednosti odnosi se na online komunikacije, odnosno troškove održavanja i ažuriranja internet stranica zajedno s internet oglašavanjem i vođenjem stranica na društvenim mrežama, te na offline komunikacije u što su uvršteni troškovi PR aktivnosti, troškovi tiskanja promidžbenih materijala,

suveniri i promotivni materijal te info table. U ovu grupu smješteni su i troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama TZIŽ te opće oglašavanje (tisak, tv, radio). Ukupni troškovi komunikacije vrijednosti veći su za 4% u odnosu na godinu ranije, dok su u odnosu na očekivano ostvarenje manji za 3%.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	621.328 kn	630.309 kn	613.450 kn

3.1. Online komunikacije

U ovu stavku uvršteni su troškovi održavanja i ažuriranja internet stranica te troškovi internet oglašavanja. Najveći dio troškova odnosi se na E-marketing klastera. **Klasterka web stranica** je u 2019. godini ostvarila ukupno 801.061 posjeta, +23% u odnosu na prethodnu godinu, a pregledano je ukupno 1,491,326 stranica što je 20% više nego u 2018. godini. Organske posjete iznosile su 581,133 što je 33% više u odnosu na prošlu godinu, odnosno 72% posjeta došlo je organskim putem. 65% svih posjeta bilo je putem mobilnog uređaja, a ostatak od 35% putem računala ili tableta. Velika pažnja posvećena je mnogobrojnim člancima i blog postovima, pa je tako lani objavljeno ukupno 60 blog postova, od kojih su 47 napisali autori iz Jasno&Glasno tima. Blogpostovi su nakon objave iskomunicirani i kroz kanale društvenih mreža i pregledano je preko 63.500 puta, što je rast od 13% u odnosu na godinu ranije. Colours of Istria blog podijeljen je u četiri rubrike: "Mjesta i zanimljivosti", "Doživite u Istri", "Gourmet doživljaji" i "Sport u Istri", a postovi se istovremeno objavljuju na hrvatskom i engleskom jeziku.

Na društvenim mrežama klastera ostvareni su odlični rezultati te je do kraja godine Facebook stranica imala 107.260 pratitelja (7.000 više nego godinu ranije) sa 417 objava, Twitter 3.628 korisnika (+5%) sa 316 objava te Instagram 15.533 followera (+38%) sa 323 objave. Nastavljena je marketinška kampanja pod nazivom *Best of the northwest by Colours of Istria* što predstavlja posebno osmišljen natječaj za influencere koji pišu o putovanjima, lifestyleu i gastronomiji.

Tijekom ljeta započelo je snimanje novog destinacijskog promotivnog videa koji će biti montiran i predstavljen početkom sljedeće godine.

Na području **web stranice TZIŽ** istra.hr koja se sufinancira u sklopu Marketing plana, ključne aktivnosti odnosile su se na upravljanje sadržajem stranice.

Ukupni troškovi za online komunikaciju veći su za 5% u odnosu na 2018. godinu te za 1% veći u odnosu na očekivano ostvarenje.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	142.165 kn	137.665 kn	139.280 kn

3.2. Offline komunikacije

U ovu stavku uvršteni su troškovi PR aktivnosti, troškovi tiskanja brošura i ostalih tiskanih materijala, troškovi nabavke suvenira i promo materijala, troškovi signalizacije, troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama TZIŽ te opće oglašavanje.

- Realizirani troškovi PR aktivnosti u iznosu od 31.404 kn odnose se na ugošćavanje novinara iz Švicarske, Austrije, Italije i Slovenije koji su objavili reportaže u raznim medijima bez plaćenog

oglasnog prostora, zatim na troškove objava regionalnih TV i online kanala, dok je u najvećoj mjeri trošak isplaćen za potporu TZIŽ (projekt Share Istria i dr.)

- Prošle godine ažurirani su i tiskani sljedeći materijali: Bike mape, Kalendar događanja, novigradski Image katalog, plan grada, mjesečni letci s programom događanja, informativni letci za goste i građane, promotivne vrećice, promotivni blok notesi i ostali tiskani materijali (crew liste, roll-up). Ukupno je za tisak brošura i ostalih promo materijala utrošeno 81.832 kn.
- Za potrebe otkupa suvenira i promo materijala za poslovne partnere utrošeno je 14.801 kn, a nabavile su se razni originalni suveniri iz muzejske trgovine LINK, slike iz novigradskog ateljea Agata, te domaća ulja i vina.
- Signalizacija obuhvaća aktivnosti vezane uz održavanje i postavljanje turističke (tzv. smeđe) signalizacije, zatim jumbo tabla dobrodošlice na prilazima u grad, info table odnosno city lighte te ostalu turističku signalizaciju – označavanje kulturnih spomenika. U prošlogodišnjem razdoblju utrošeno je ukupno 25.295 kn.
- Sukladno izmjenama udruženog oglašavanje za 2019. godinu, realizacija aktivnosti je provedena putem županijske turističke zajednice, a u financiranju, uz nacionalnu, sudjeluje županijska TZ, lokalne turističke zajednice, hotelske kompanije te Zračna luka Pula. U protekloj je godini ukupno utrošeno 280.084 kn sukladno planu za oglašavanje u promotivnim kampanjama. Za sufinanciranje projekta FC Bayern, odlukom Turističkog vijeća potpora je povećana na ukupno 91.417 kn.
- TZG Novigrada - Cittanova samostalno se oglašava u manjem broju medija u odnosu na protekle godine, obzirom na sve češće korištenje online medija. 2019. godine je ukupno utrošeno 40.755 kn i to za oglašavanje na Radio Istri, u posebnim prilogima i časopisima u Sloveniji za vrijeme pred i posezone, te drugim specijaliziranim medijima za promociju destinacije (More, Vikend van Zagreba, Place to go Zagreb, i dr.)

Troškovi offline komunikacije veći su za 9% u odnosu na prethodnu godinu te 11% manji od očekivane realizacije.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	142.165 kn	137.665 kn	139.280 kn

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

U ovu stavku uvršteni su troškovi sajмова i prezentacija, distribucije promo materijala, nagrada i priznanja, te troškovi studijskih putovanja turističkih agencija i novinara. Turistička zajednica Istarske županije koordinirala je i usuglašavala s Hrvatskom turističkom zajednicom sve sajamske nastupe kao i posebne prezentacije na kojima se osim TZIŽ-a i HTZ-a, predstavljaju i zastupaju i lokalne turističke zajednice, hotelske kompanije te turističke agencije.

Protekle godine su u stavci sajmovi i prezentacije realizirani troškovi za predstavljanja koja su održana u Beču u travnju, u Veneciji za najavu regate Transadriatica u svibnju, potpora za sudjelovanje novigradskih vinara na sajmu Vinistra kao i potpora za promociju klastera za vrijeme sajma Oleum Olivarum u Bujama te prezentacija u Laško za vrijeme slovenskog Festivala Pivo in cvetje. Lani je u Laško održana posebna presica i najava manifestacije Slovenske noći uz prezentaciju i degustaciju novigradskih vina i istarskih specijaliteta pripremljenih na licu mjesta od strane chefova Aminess objekata. Predstavljanje je održano u atriju Laškog STIK-a (turističke zajednice).

Unutar stavke studijskih putovanja, Novigrad je ugostio dio novinara, agenata, influencera i blogera koji su posjetili Istru u sklopu individualnih i nekoliko grupnih studijskih putovanja u organizaciji Turističke zajednice Istarske županije, HTZ-a i klastera SZ Istre.

Ukupni troškovi distribucije i prodaje vrijednosti manji su za 3% od godine ranije te za 2% manji od očekivanog.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	40.000 kn	39.702 kn	38.906 kn

5. INTERNI MARKETING

Ovi se troškovi odnose na edukaciju, koordinaciju članova TZ-a, na troškove nagrađivanja najljepših okućnica i balkona, zatim na troškove izrade priznanja i zahvalnica za dugogodišnje i stalne goste, te na troškove istraživanja, analize i prezentacije razvoja turizma u Novigradu. Prošle godine realizirani su troškovi edukacije za iznajmljivače na temu zakonskih regulativa i poboljšanje poslovanja putem društvenih mreža, portala i turističkih agencija, zatim troškovi koordinacije članova TZ-a te troškovi za akciju prijave i ocjenjivanja najljepših okućnica i balkona uz nadzor i ocjenjivanje stručne komisije koja se održala tijekom svibnja i lipnja, a nagrađivanje za vrijeme Fešte Sv. Pelagija.

Turistička zajednica je i prošle godine kandidirala Novigrad za Destinaciju godine – ovoga puta ne kao Autentična primorska destinacija „malo misto“ već kao Destinacija kulture i gastronomije, u sklopu godišnjih hrvatskih turističkih nagrada koje provode Ministarstvo turizma, Hrvatska turistička zajednica i Hrvatska gospodarska komora. Kandidatura nije ušla u uži izbor za predstavljanje destinacije.

Prema projektu iz 2018. godine *Definiranje turističke ponude Novigrada* koji je javno predstavljen u svibnju ove godine, čiji je krajnji cilj podizanje vidljivosti i kvalitete turističke ponude Novigrada uvođenjem novih sadržaja i aktivnosti koje mogu biti predstavljene i promovirane na platformi novoga destinacijskog brenda, proizašle su i preporuke za budući proces brendiranja Novigrada. U skladu s programom rada za 2019. godinu, realizirani su troškovi analize zadovoljstva gostiju sukladno rezultatima anketiranja turista tijekom 2018. godine.

Troškovi internog marketinga upola su manji u odnosu na 2018. godinu zbog manje planiranih troškova za studiju razvoja turizma, dok su za 2% veći u odnosu na očekivanja.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	35.000 kn	21.126 kn	21.518 kn

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Stavka marketinške infrastrukture obuhvaća troškove izrade multimedijalnih materijala, troškove istraživanja tržišta, formiranje baze podataka, troškove foto i video produkcije i troškove projekta marketinške strategije destinacije Novigrad. U protekloj godini realizirani su troškovi izrade promotivnih spotova za promociju sportskog turizma te općenito naše destinacije s ukupnim iznosom od 8.000 kn. Za foto produkciju utrošeno je 27.230 kn za što su fotografirane i snimljene mnogobrojne održane manifestacije: Večer novigradske kapešante, Likovni ex tempore, Old timer rally, Wine Trail, Piazza Grande Music Nights, Festival uličnih čarobnjaka Čarbnjaci NoviGrad, Fešta sv. Ivana, Movie nights, Kids' day, Slovenska noć, Che gusto, Astro party Lunasa, Fešta svetog Pelagija, Goodbye 2019. i dr. Osim toga, prikupljene su i nove panoramske fotografije Novigrada.

Projekt izrade marketinške strategije proizašao je iz smjernica dobivenih iz prošlogodišnjeg projekta studije razvoja turizma, odnosno redefiniranja turističke ponude Novigrada kako bi se dobile smjernice i preporuke za kvalitetno pozicioniranje Novigrada i jačanja konkurentnosti na turističkom tržištu, te prva faza uključuje izradu brenda destinacije. Nakon što su prikupljene i analizirane ponude za osmišljavanje brend identiteta destinacije Novigrad, u ožujku su održane prezentacije predstavljanja triju marketinških agencija koje su ušle u uži krug: Nomentas, Carli & Sosa te Marko Baus i suradnici, a za izvođača je odabran Marko Baus. U sklopu izrade brend identiteta, odrađene su tri radionice s predstavnicima turističke ponude Novigrada kao i individualni razgovori s ključnim osobama koje doprinose razvoju novigradskog turizma. Aktivnosti koje su se provodile kroz radionice i razgovore obuhvaćaju razradu turističkih proizvoda destinacije, kao i definiranje strateške pozicije brenda kroz ključne vrijednosti, simbole i atribute Novigrada. Tijekom ljetnih mjeseci, pa sve do kraja listopada, izvršeno je istraživanje gostiju kao i analiza digitalnih medija.

Ukupni troškovi marketinške strategije gotovo su trostruko veći u odnosu na 2018. godinu zbog novog projekta marketinške strategije te za 1% veći u odnosu na očekivano ostvarenje.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	161.387 kn	158.387 kn	160.496 kn

7. POSEBNI PROGRAMI

U stavci finacijskog plana nije bilo planiranih sredstava za ovu aktivnost, ali je prijedlog da izmjenama plana u ovu stavku uđe potpora od 29.000 kn koja je dodjeljena novigradskim glazbenicima Denisu Makinu i Leu Anđelkoviću (duo *The Screaming Wheels*) za natjecanje u SAD-u. Iznos od 20.000 kn dodjeljen je iz Gradskog proračuna, 4.000 kn potpore dodjelila je Turistička zajednica Istarske županije, dok je TZ Novigrada dodjelila 5.000 kn.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	0 kn	29.000 kn	29.000 kn

8. OSTALO

Ovdje su razvrstani rashodi za pomoći i donacije te sponzorstvo za Giovannija Cernogorza. Ukupno je utrošeno 21.963 kn pomoći i donacija za TSŠ Leonardo da Vinci Buje, SŠ Mate Balota Poreč, za Boćarski klub Dajla, sufinanciranje prijevoza novigradske djece na natjecanja i izlete, i dr.

U odnosu na 2018. godinu, utrošeno je 30% manje sredstava, dok je u odnosu na očekivano ostvarenje, utrošeno pola od planiranog iznosa, zbog izostanka isplate za ambulante. Naime, zbog knjigovodstvenih problema, isplata će se izvršiti u 2020. godini.

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	27.000 kn	42.000 kn	21.963 kn

9. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU

	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	1.374.000 kn	1.350.000 kn	1.361.821 kn

NAPOMENA: Prilikom knjiženja troškova od 25.000 kn vezano uz sponzorstvo za put u Memphis koji su isplaćeni udruzi Hrvatske blues snage, došlo je do knjigovodstvene pogreške jer je isplata išla početkom 2019. godine za sponzorstvo grupe The Screaming Wheels koji su u SAD otputovali krajem siječnja 2019. godine. Račun za sponzorstvo primljen je početkom ove godine, kad je isplaćen isti iznos na drugu, ali za drugi band (Hele & Hačo), koji su u SAD otputovali početkom ove godine. Iz tog je razloga iznos od 25.000 kn knjižen dva puta. U realizaciji financijskog plana prikazani su ukupni rashodi i izdaci, te je posebno evidentiran trošak amortizacije, nabave imovine i greške u knjiženju navedenog sponzorstva. Ispravak će biti knjižen u 2020. godini.

ZAKLJUČAK:

Turistička zajednica je u protekloj godini realizirala sve planirane aktivnosti sukladno Programu rada za 2019. godinu. Zbog većih prihoda nad rashodima u iznosu od 238.430 kn, u potpunosti je pokriven manjak iz predthodne godine od 38.692 kn, te ostvaren rezultat poslovanja iznosi 199.737 kn viška prihoda nad rashodima, raspoloživ u 2020. godini.

Ostvarenje finansijslog plana za 2019. godinu:

- u Kn, bez lipa

RB	PRIMICI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2018.	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	OSTVARENJE 2019	Indeks 5 / 4	RAZLIKA 5-4	Indeks 5 / 2	Udio %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	3.969.990	4.580.000	4.500.000	4.540.324	101	40.324	114	73%
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	502.978	460.000	530.000	538.935	102	8.935	107	9%
3.	PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA NOVIGRADA	480.100	430.000	483.000	494.000	102	11.000	103	8%
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	423.682	460.000	554.228	642.263	116	88.035	152	10%
4.1.	Prihodi BP - Nautika TZIŽ	305.366	260.000	299.809	299.809	100	0	98	5%
4.2.	Račun BP - Refundacija HTZ	54.125	50.000	55.419	55.419	100	0	102	1%
4.3.	Potpore projektima i manifestacijama	52.500	100.000	164.000	189.000	115	25.000	360	3%
4.4.	Prihodi od trgovačkih društava	11.691	50.000	35.000	98.035	280	63.035	839	2%
5.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI (kamate i naknade šteta od osiguranja)	3.973	10.000	4.000	231	6	-3.769	6	0%
	SVEUKUPNO PRIHODI	5.380.722	5.940.000	6.071.228	6.215.753	102	144.525	116	100%
RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2018.	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	OSTVARENJE 2019	Indeks 5 / 4	RAZLIKA 5-4	Indeks 5 / 2	Udio %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	894.635	939.500	944.919	936.278	99	-8.641	105	16%
1.	Rashodi za radnike	658.825	679.000	684.419	700.329	102	15.910	106	12%
1.1.	Izdaci za zaposlene Ureda	463.533	487.000	487.000	490.265	101	3.265	106	8%
1.2.	Izdaci za zaposlene TIC-a	141.167	142.000	142.000	154.645	109	12.645	110	3%
1.3.	Izdaci za zaposlene Lučke ispostave Novigrad	54.125	50.000	55.419	55.419	100	0	102	1%
2.	Rashodi ureda	186.790	198.000	198.000	196.480	99	-1.520	105	3%
2.1.	Izdaci za usluge	118.509	127.000	127.000	126.105	99	-895	106	2%
2.2.	Materijalni izdaci	26.469	26.000	26.000	26.050	100	50	98	0%
2.3.	Sitan inventar	901	2.000	2.000	2.936	147	936	326	0%
2.4.	Nabava imovine	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.5.	Reprezentacije i troškovi sjednica	15.810	15.000	15.000	14.536	97	-464	92	0%
2.6.	Premije osiguranja	12.469	15.000	15.000	12.744	85	-2.256	102	0%
2.7.	Ostali rashodi	12.632	13.000	13.000	14.109	109	1.109	112	0%
3.	Rashodi TIC-a	21.999	24.000	24.000	27.664	115	3.664	126	0%
3.1.	Izdaci za usluge	4.341	8.000	8.000	7.527	94	-473	173	0%
3.2.	Materijalni izdaci	11.769	10.000	10.000	13.614	136	3.614	116	0%
3.3.	Sitan inventar	2.605	3.000	3.000	3.133	104	133	120	0%
3.4.	Nabava imovine	0	0	0	0	0	0	0	0%
3.5.	Ostali rashodi	3.284	3.000	3.000	3.390	113	390	103	0%
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	8.496	13.500	13.500	11.806	87	-1.694	139	0%
4.1.	Turističko vijeće	5.667	10.500	10.500	8.977	85	-1.523	158	0%
4.2.	Nadzorni odbor	2.829	3.000	3.000	2.829	94	-171	100	0%
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.381.420	2.680.351	2.689.246	2.761.138	103	71.893	116	46%
1.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	310.000	320.000	320.000	317.100	99	-2.900	102	5%
1.1.	Uređenje novigradskih plaža	300.000	300.000	300.000	300.000	100	0	100	5%
1.2.	Ostalo	10.000	20.000	20.000	17.100	86	-2.900	171	0%
2.	MANIFESTACIJE	1.816.585	1.993.315	2.018.484	2.093.383	104	74.899	115	35%
2.1.	Zabavne manifestacije	1.222.759	1.407.000	1.298.028	1.257.218	97	-40.811	103	21%
2.1.1.	Astro party Lunasa	73.333	85.000	70.000	68.559	98	-1.441	93	1%
2.1.1.2.	Čarobni Novigrad lipanj	60.000	60.000	90.000	90.000	100	0	150	2%
2.1.1.3.	Fešta Sv. Pelagija	578.260	450.000	450.000	441.810	98	-8.190	76	7%
2.1.1.4.	Fešta Sv. Ivan Krstitelja	30.327	30.000	40.456	40.535	100	79	134	1%
2.1.1.5.	Glazba na svakom kutku	72.644	20.000	20.000	15.096	75	-4.904	21	0%
2.1.1.6.	Maškare	36.450	35.000	35.000	35.000	100	0	96	1%
2.1.1.7.	Novigradske Božićne radosti	29.117	20.000	20.000	21.502	108	1.502	74	0%
2.1.1.8.	Goodbye 2019	0	20.000	20.000	21.631	108	1.631	0	0%
2.1.1.9.	Parkfest	72.931	70.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.1.10.	Prvi maj u Novigradu	16.451	20.000	25.575	25.575	100	0	155	0%
2.1.1.11.	Slovenska noć	80.906	80.000	90.020	90.100	100	80	111	2%
2.1.1.12.	Susret bikera	2.000	2.000	2.000	2.000	100	0	100	0%
2.1.1.13.	Večer uličnih čarobnjaka (Kids Night)	68.593	155.000	110.000	102.277	93	-7.723	149	2%
2.1.1.14.	Movie Nights		45.000	48.513	48.513	100	-1	0	1%
2.1.1.15.	Jazz Corner	45.449	50.000	40.937	40.854	100	-83	90	1%
2.1.1.16.	Piazza grande music nights	45.951	260.000	230.000	208.239	91	-21.761	453	3%
2.1.1.17.	Ostale zabavne manifestacije	10.346	5.000	5.527	5.527	100	0	53	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2018	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	OSTVARENJE 2019	Indeks 5 / 4	RAZLIKA 5-4	Indeks 5 / 2	Udio %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2.2.	Kulturne manifestacije	83.016	72.000	70.927	71.457	101	530	86	1%
2.2.1.	Foto Ex tempore	15.000	15.000	14.963	14.963	100	0	100	0%
2.2.2.	Slikarski Ex tempore i likovna kolonija	25.690	20.000	19.317	19.847	103	530	77	0%
2.2.3.	MFF: Novo kino Novigrad	7.826	7.000	5.745	5.745	100	0	73	0%
2.2.4.	Istria Folk Fest	5.000	5.000	5.540	5.540	100	0	111	0%
2.2.5.	Novigrad u folkloru	13.500	15.000	15.363	15.363	100	0	114	0%
2.2.6.	Ostale kulturne manifestacije (KUD, Agata, koncerti klasične glazbe)	16.000	10.000	10.000	10.000	100	0	63	0%
2.3.	Sportske manifestacije	205.539	261.000	439.209	536.926	122	97.717	261	9%
2.3.1.	Tenis	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.3.2.	Istria Winter Cup	29.963	0	0	0	0	0	0	0%
2.3.3.	Nogomet - Istria Youth Cup	108.937	160.000	340.000	438.580	129	98.580	403	7%
2.3.4.	Bike - Istria Granfondo	1.321	20.000	13.000	12.925	99	-75	979	0%
2.3.5.	Novigrad-Cittanova Run	15.000	15.000	15.000	15.000	100	0	100	0%
2.3.6.	Rukometni kamp	16.353	17.000	20.000	20.000	100	0	122	0%
2.3.7.	Transadriatica	7.456	7.000	9.209	9.209	100	0	124	0%
2.3.8.	Humanitarni Fitness day / Cheer leading camp	7.000	7.000	7.000	7.000	100	0	100	0%
2.3.9.	Europsko Taekwon-do prvenstvo	0	15.000	15.000	15.000	100	0	0	0%
2.3.10.	Ostale sportske manifestacije (Kickboxing, Podvodni ribolov, Adv. Trek i dr.)	19.511	20.000	20.000	19.212	96	-788	98	0%
2.4.	Gastro manifestacije	205.282	172.000	146.459	151.626	104	5.167	74	3%
2.4.1.	Gnam-gnam fest	122.325	40.000	40.000	37.805	95	-2.195	31	1%
2.4.2.	Park Food Fest	0	60.000	60.000	68.248	114	8.248	0	1%
2.4.3.	Wine &Walk by the sea	61.950	50.000	30.000	29.114	97	-886	47	0%
2.4.4.	Che gusto	0	10.000	9.459	9.459	100	0	0	0%
2.4.5.	Ostale gastro manifestacije (Dani jabuka, Dani gljiva i sl.)	21.007	12.000	7.000	7.000	100	0	33	0%
2.5.	Ekološke manifestacije	15.824	15.000	9.546	9.546	100	0	60	0%
2.5.1.	Eko-akcije	15.824	15.000	9.546	9.546	100	0	60	0%
2.6.	Ostale manifestacije (Uskrs uz glazbu, ljetni nastupi)	15.690	15.000	15.000	16.124	107	1.124	103	0%
2.7.	Potpore manifestacijama i projektima	68.475	51.315	39.315	50.486	128	11.171	74	1%
2.7.1.	Muzej Lapidarium - Arterija	15.000	0	0	0	0	0	0	0%
2.7.2.	DV Tiđići - Dječji folklor	2.990	3.000	0	0	0	0	0	0%
2.7.3.	DV Girasole - Mini Ex tempore Girasole	3.000	3.000	3.000	3.000	100	0	100	0%
2.7.4.	Novigrad Card	225	5.000	1.000	0	0	-1.000	0	0%
2.7.5.	Iskorak iz tišine / Friendly Beach Autism	10.000	5.000	0	0	0	0	0	0%
2.7.6.	Ostalo (World Challenge Day, Joga day, izložbe)	21.399	15.000	15.000	17.478	117	2.478	82	0%
2.7.7.	TZIŽ-5 PPS Experiences	15.861	20.315	20.315	30.008	148	9.693	189	1%
3.	RAZVOJ PROIZVODA	253.835	366.036	350.761	350.655	100	-106	138	6%
	CLUSTER	221.954	233.536	221.536	221.430	100	-106	100	4%
3.1.	Nogomet	21.547	21.167	21.167	22.032	104	865	102	0%
3.2.	Tenis	5.036	4.411	4.411	4.649	105	238	92	0%
3.3.	Bike	76.290	92.076	80.076	78.946	99	-1.130	103	1%
3.3.1.	Bike proizvod	61.790	62.076	62.076	61.784	100	-292	100	1%
3.3.2.	Bike signalizacija i održavanje	14.500	30.000	18.000	17.162	95	-838	118	0%
3.4.	Wellness	17.937	14.167	14.167	14.138	100	-29	79	0%
3.5.	Gourmet	75.410	75.940	75.940	70.901	93	-5.039	94	1%
3.6.	Outdoor	25.734	25.775	25.775	30.764	119	4.989	120	1%
	TZG NOVIGRAD	31.880	132.500	129.225	129.225	100	0	405	2%
3.7.	Novigradski suveniri	11.459	15.000	15.276	15.276	100	0	133	0%
3.8.	Gallerion	10.000	10.000	10.000	10.000	100	0	100	0%
3.9.	Turistički razgled Novigrada	5.500	2.500	1.425	1.425	100	0	26	0%
3.10.	Pješačke staze	0	0	0	0	0	0	0	0%
3.11.	Put vinara - Wine Trail	4.921	5.000	2.524	2.524	100	0	51	0%
3.12.	Ornitoški park Antenal - Mirna	0	100.000	100.000	100.000	100	0	0	2%
3.13.	FLAG natječaj - pomorstvo i ribarstvo	0	0	0	0	0	0	0	0%
4.	POTPORA RAZVOJU DMK-a	1.000	1.000	0	0	0	0	0	0%
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	592.329	621.328	630.309	613.450	97	-16.859	104	10%
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	132.365	142.165	137.665	139.280	101	1.615	105	2%
1.1.	Internet stranice i upravljanje internet stranicama	120.555	125.165	120.665	122.760	102	2.095	102	2%
1.1.1.	Web portal Novigrad	2.313	7.000	2.500	4.595	184	2.095	199	0%
1.1.3.	Web klastera	97.320	97.850	97.850	97.850	100	0	101	2%
1.1.4.	Web TZIŽ	20.923	20.315	20.315	20.315	100	0	97	0%
1.2.	Internet oglašavanje	11.810	17.000	17.000	16.713	98	-287	142	0%
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	140.091	208.786	171.847	153.331	89	-18.516	109	3%
2.1.	PR aktivnosti	29.267	33.207	33.207	31.404	95	-1.803	107	1%
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	62.442	90.079	81.851	81.832	100	-19	131	1%
	CLUSTER	16.380	19.000	16.464	16.464	100	0	101	0%
2.2.1.	Image katalog	1.363	0	0	0	0	0	0	0%
2.2.2.	Gourmet vodič	0	3.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.3.	Bike vodiči i mape	7.885	8.000	8.375	8.375	100	0	106	0%
2.2.4.	Kalendar događanja	7.133	8.000	8.089	8.089	100	0	113	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2018	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	OSTVARENJE 2019	Indeks 5 / 4	RAZLIKA 5-4	Indeks 5 / 2	Udio %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2.2.5.	Mape i vrećice	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.2.6.	Mape pješačkih staza	0	0	0	0	0	0	0	0%
	TZG NOVIGRAD	40.831	66.000	60.308	60.289	100	-19	148	1%
2.2.7.	Image katalog	12.950	22.500	24.800	24.800	100	0	192	0%
2.2.8.	Plan grada / Kulturni vodič	26.875	20.000	16.750	16.750	100	0	62	0%
2.2.9.	Letak i plakati mjesečnih programa	0	10.000	5.000	4.975	100	-25	0	0%
2.2.10.	Mape i vrećice	0	6.000	6.007	6.007	100	0	0	0%
2.2.11.	Poster	0	4.500	4.751	4.751	100	0	0	0%
2.2.12.	Razno (e-visitor letci, LU i dr.)	1.006	3.000	3.000	3.006	100	6	299	0%
	TZIŽ	5.231	5.079	5.079	5.079	100	0	97	0%
2.2.13.	EnjoyIstra	5.231	5.079	5.079	5.079	100	0	97	0%
2.3.	Suvenir i promo materijali	22.101	20.000	21.289	14.801	70	-6.489	67	0%
2.3.1.	Suvenir i pokloni poslovnim partnerima	17.061	15.000	15.049	8.561	57	-6.489	50	0%
2.3.2.	Ostali tiskani mate.(monografija, i dr.)	5.040	5.000	6.240	6.240	100	0	124	0%
2.4.	Signalizacija	26.281	65.500	35.500	25.295	71	-10.205	96	0%
2.4.1.	Smeđa signalizacija	3.488	10.000	10.000	2.900	29	-7.100	83	0%
2.4.2.	Table dobrodošlice	12.431	45.000	15.000	13.939	93	-1.061	112	0%
2.4.3.	City Lights - info table	6.238	8.500	8.500	8.306	98	-194	133	0%
2.4.4.	Ostalo (kulturni spomenici)	4.125	2.000	2.000	150	8	-1.850	4	0%
3.	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	281.905	234.377	280.087	280.084	100	-3	99	5%
3.1.	Model a - opća ponuda destinacije	52.309	9.000	9.000	9.000	100	0	17	0%
3.2.	Model b - Smještajna ponuda	65.386	67.935	67.935	67.935	100	0	104	1%
3.3.	Model c - Ostali oblici turističke ponude	9.154	0	0	0	0	0	0	0%
3.4.	Avioprijevoznici	104.617	111.732	111.732	111.732	100	0	107	2%
3.5.	Destinacijski razvojni projekti / FC Bayern Munchen	50.439	45.710	91.420	91.417	100	-3	181	2%
4.	OPĆE OGLAŠAVANJE (tisak, TV, radio)	37.968	36.000	40.710	40.755	100	45	107	1%
4.1.	Samostalno oglašavanje	27.500	25.000	30.000	29.965	100	-35	109	1%
4.2.	Klaster oglašavanje	5.343	6.000	6.098	6.178	101	80	116	0%
4.3.	Ostalo	5.125	5.000	4.612	4.612	100	0	90	0%
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	40.030	40.000	39.702	38.906	98	-797	97	1%
1.	SAJMOVI I PREZENTACIJE	31.019	30.000	30.000	29.350	98	-650	95	0%
2.	DISTRIBUCIJA PROMOTIVNIH MATERIJALA	543	1.000	702	702	100	0	129	0%
3.	STUDIJSKA PUTOVANJA	8.468	9.000	9.000	8.854	98	-147	105	0%
3.1.	Agencije	1.463	2.000	2.000	1.899	95	-101	130	0%
3.2.	Novinari	7.005	7.000	7.000	6.955	99	-46	99	0%
V.	INTERNI MARKETING	46.461	35.000	21.126	21.518	102	392	46	0%
1.	EDUKACIJA I BENCHMARKING	4.556	15.000	5.981	5.981	100	0	131	0%
2.	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	2.484	2.000	2.145	2.145	100	0	86	0%
3.	NAGRADE I PRIZNANJA	11.355	10.000	8.000	8.392	105	392	74	0%
3.1.	Najljepše okućnice	6.718	8.000	6.000	5.174	86	-826	77	0%
3.2.	Ostalo	4.638	2.000	2.000	3.218	161	1.218	69	0%
4.	NATJEČAJI / Prijave na turističke nagrade	3.742	3.000	0	0	0	0	0	0%
5.	STUDIJA RAZVOJA TURIZMA U NOVIGRADU	24.323	5.000	5.000	5.000	100	0	21	0%
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	42.387	161.387	158.387	160.496	101	2.109	379	3%
1.	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	5.600	8.000	8.000	8.000	100	0	143	0%
2.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	6.775	13.000	13.000	15.689	121	2.689	232	0%
3.	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	0	1.000	0	0	0	0	0	0%
4.	WEB KAMERA	0	2.000	0	0	0	0	0	0%
5.	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	30.012	27.230	27.230	26.649	98	-581	89	0%
6.	TZIŽ - Novi komunikacijski koncept Big Idea	0	10.157	10.157	10.158	100	1	0	0%
7.	MARKETINŠKA STRATEGIJA	0	100.000	100.000	100.000	100	0	0	2%
VII.	POSEBNI PROGRAMI	5.231	0	29.000	29.000	100	0	554	0%
1.	Sponzorstvo Hrvatske Blues snage - put u Memphis	5.231	0	29.000	29.000	100	0	554	0%
VIII.	OSTALO	31.528	27.000	42.000	21.963	52	-20.037	70	0%
1.	Pomoći i donacije	21.528	17.000	12.000	11.963	100	-37	56	0%
2.	Sponzorstvo Giovanni Cernogoraz	10.000	10.000	10.000	10.000	100	0	100	0%
3.	Donacija za ambulante	0	0	20.000	0	0	-20.000	0	0%
IX.	TROŠKOVI KREDITA	0	5.000	5.000	0	0	-5.000	0	0%
X	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.200.364	1.374.000	1.350.000	1.361.821	101	11.821	113	23%
	Amortizacija	18.525	25.000	25.000	7.754	31	-17.246	42	0%
	Greška u knjiženju sponzorstva - put u Memphis				25.000		25.000	0	0%
	SVEUKUPNO RASHODI	5.234.385	5.883.566	5.909.688	5.977.323	101	67.635	114	100%
	Nabava imovine	6.559	10.000	10.000	10.130		130	154	0%
	SVEUKUPNO IZDACI	5.222.419	5.868.566	5.894.688	5.979.699	101	85.011	115	100%
	SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE	146.337	46.434	151.540	238.429	157	86.890	163	4%
	POKRIVANJE MANJKA / PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU	-38.692	0	112.848	199.738	177	86.890	-516	3%