

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA NOVIGRADA – CITTANOVA

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NOVIGRADA-CITTANOVA
ZA 2020. GODINU**

Novigrad, veljača 2021.

UVOD

Iako je turistička 2020. godina za Hrvatsku započela u ozračju optimističnih najava i pozitivnih pokazatelja siječnja i veljače, pandemija izazvana Corona virusom uvela je turistički sektor već u ožujku u vrlo teško razdoblje. Uslijedilo je razdoblje tzv. lockdown-a, odnosno zatvaranja granica i gotovo svih djelatnosti osim trgovina i proizvodnje, koje je trajalo do polovice lipnja.

Tijekom ljetnih mjeseci se epidemiološka situacija u Europi, kao i u svijetu popravila, te su polako započela putovanja. Hrvatska je bila sigurna zemlja za putovanja zbog suzdržanog širenja zaraze, te je unatoč svemu ostvaren solidan turistički promet, veći od očekivanog. To potvrđuje i činjenica kako je Hrvatska bila jedna od najuspješnijih destinacija južne Europe i Mediterana.

Pojavom virusa COVID 19, provedene su razne mjere radi sprječavanja širenja zaraze, od ograničavanja društvenih okupljanja u javnim i privatnim prostorima, rada u trgovini, uslužnih djelatnosti do održavanja sportskih, kulturnih i drugih događanja. Sve to je uveliko utjecalo u provedbi planiranih aktivnosti, pa je stoga krajem lipnja izrađen rebalans plana kojeg je prihvatilo Turističko vijeće a kojim su definirane aktivnosti koje je bilo moguće provoditi obzirom na epidemiološke i financijske uvjete. Bilo je potrebno dakle izmijeniti i revidirati cjelokupan programa rada i prilagoditi ga novonastaloj društvenoj i financijskoj situaciji.

I. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET

Novigrad je, kao i ostatak Istre, realizirao solidan turistički rezultat, unatoč prvim predviđanjima zbog situacije s korona virusom, kada je u cijelom je svijetu, pa tako i u Hrvatskoj, znatno pao turistički promet. Pri proglašenju pandemije početkom ožujka i zatvaranju granica, zatvoreni su svi ugostiteljski objekti sve do polovice svibnja. Kampovi na području Novigrada otvoreni su zadnjeg tjedna u svibnju, dok su hoteli otvoreni sredinom lipnja. Nakon djelomičnog otvaranja granica sredinom svibnja, novigradski prvi turisti bili su vikendaši, uglavnom iz Slovenije, koji su ustvari jedini mogli prelaziti granicu. Nakon otvaranja granica na području Europe sredinom lipnja, smještajni objekti su polako počeli otvarati svoja vrata i tek se tada počeo ostvarivati lagani turistički promet.

Zbog stabilne i sigurne epidemiološke situacije u Istri, blizini našim glavnim emitivnim tržištima, ali i zbog kvalitetne turističke ponude te duge tradicije u turizmu, Istra je prošle godine ostvarila ukupan promet od 1.87 milijuna dolazaka i 13.5 milijuna noćenja, što znači da je broj dolazaka na 41% a noćenja na 43% u odnosu na realizaciju prometa iz 2019. god. U ukupnom turističkom prometu Istre, Novigrad učestvuje sa 5%.

Novigrad je prošle godine ostvario 104.327 dolazaka, što je 45% od svih dolazaka iz 2019. godine, te 641.074 noćenja, odnosno 48% od 2019. godine.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 2020. i 2019. godinu

Tip smještaja	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Indeks	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks
Komercijalni	87.296	220.235	40	487.897	1.159.506	42
Nekomercijalni	17.031	10.061	169	153.177	172.385	89
UKUPNO	104.327	230.296	45	641.074	1.331.891	48

Gledajući promet ostvaren u komercijalnom smještaju, zabilježen je pad dolazaka od 60% i pad noćenja od 58% u odnosu na 2019. godinu. S druge strane, u komercijalnom smještaju zabilježeno je znatno povećanje broja dolazaka od čak 69%, dok su noćenja manja tek za 11%. Razlog tome je velik broj prijava vlasnika stanova i kuća za odmor, uglavnom iz Slovenije, koji su zbog pandemije morali imati potvrdu o boravku pri povratku s godišnjih odmora u njihovu zemlju.

Prošle godine, kada su se na graničnim prijelazima postrojile kontrole prijelaza granice, zabilježeno je gotovo dvostruko više prijava gostiju u nekomercijalnom smještaju unutar sustava eVisitor u odnosu na prijašnje godine. Riječ je o kućama i stanovima za odmor kojih na području sjeverozapadne Istre ima jako puno, vjerojatno i najviše u Hrvatskoj. No ono što neugodno iznenađuje je što većina takvih gostiju koji se dolaze prijaviti u ured TZ-a nikada ranije nisu prijavljivali svoj boravak, kao ni članove njihove obitelji i prijatelje koji borave u njihovom smještaju, bez obzira što je prema hrvatskim zakonima i pravilnicima to obaveza i dužnost svih gostiju koji borave van svog prebivališta.

Razočaravajuća je činjenica da ova kategorija gostiju turističku pristojbu plaća paušalno u iznosu 200 kn godišnje ili pak samo 3,00 kn po noćenju, što je 70% niža cijene od one koje plaćaju gosti koji borave u komercijalnom smještaju, a pristup eVisitoru je potpuno besplatan i jezično prilagođen većini gostiju.

Sve navedeno nedvojbeno ukazuje kako postojeći zakonski okviri koji reguliraju ovu problematiku nisu adekvatni i učinkoviti. Ova situacija potvrdila je da ih treba mijenjati i prilagoditi stvarnim potrebama i stanju u praksi. Kako zbog adekvatne kontrole kretanja i boravka gostiju, posebno važne u ova epidemiološki izazovna vremena, tako i zbog značajnih financijskih sredstava koja se neučinkovitim zakonskom regulativom gube na svim razinama, od lokalne zajednice do centralne države. Dugogodišnje nefunkcioniranje ovakvog sustava kontrole gostiju opravdani je razlog da se postavi zahtjev Vladi RH da se jedinicama lokalne samouprave i lokalnim turističkim zajednicama vrate ovlasti i autonomija u provedbi nadzora i sankcioniranja ovakvih primjera smještaja „na crno“, kao što je bilo osamdesetih godina kada su ove poslove obavljali pomoćni turistički inspektori. Zbog svega navedenog, uputili smo službeni dopis Ministarstvu turizma, HTZ-u i svim ostalim nadležnim institucijama.

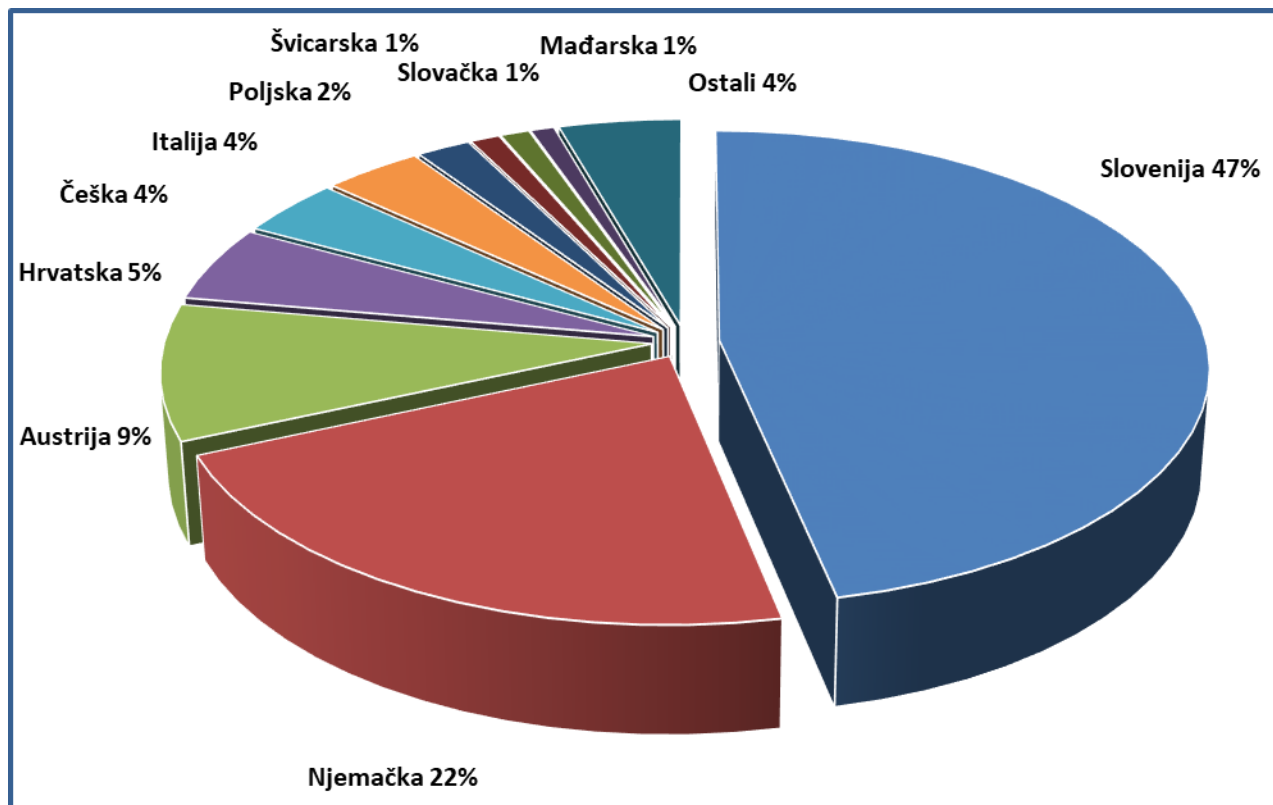
Tabela 2. Ostvareni broj noćenja TOP 10 zemalja za 2020. i 2019. godinu

Zemlja	Noćenja 2020	Udio	Noćenja 2019	Udio %	Indeks
Slovenija	276.791	43%	391.059	29%	71
Njemačka	175.253	27%	340.444	26%	51
Austrija	50.270	8%	226.046	17%	22
Hrvatska	28.231	4%	44.857	4%	63
Češka	23.834	4%	41.164	3%	58
Italija	20.159	3%	70.681	5%	29
Poljska	12.985	2%	23.936	2%	54
Švicarska	7.703	1%	21.130	2%	36
Slovačka	6.847	1%	21.030	2%	33
Mađarska	5.547	1%	15.862	1%	35

Iz tablice je vidljivo da je ostvaren pad prometa kod svih tržišta, što je bilo i za očekivati. Najmanji pad realiziran je kod gostiju iz Slovenije (-29%), domaćih gostiju (-37%) te kod gostiju iz Češke (-42%), dok je

najveći pad ostvaren kod Austrijanaca (-78%), Talijana (-71%) i Slovaka (-67%). Uobičajeno bi 4. mjesto zauzeli gosti iz Nizozemske, no zbog mjera njihove vlade, Nizozemci su ove godine bili tek na 12. mjesto s padom broja noćenja od čak 89%.

Grafikon 1. Udio turista po zemljama



Prije početka pandemije u ožujku, godina je bila započela jako dobro i očekivao se rekordan turistički promet. Međutim, nakon proglašenja pandemije i zatvaranja svjetskog gospodarstva, uslijedila je kompletna stagnacija i zatvaranje svih ugostiteljskih objekata. Očekivalo se ostvarenje od 30% u odnosu na 2019. godinu, odnosno manji promet od konačne realizacije.

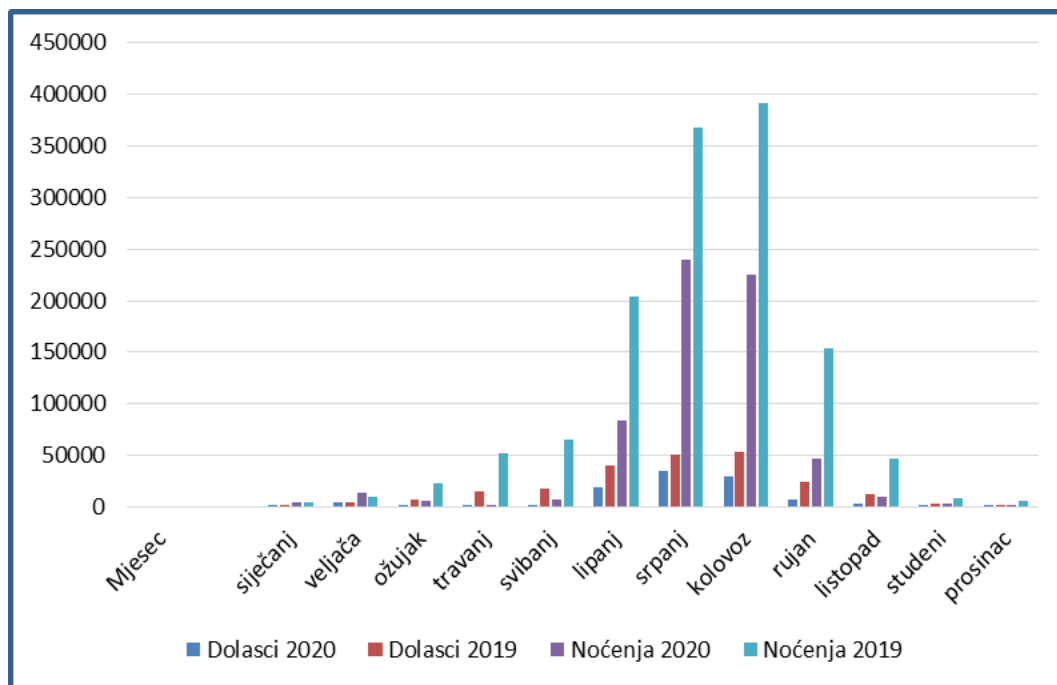
Tabela 3. Pregled dolazaka i noćenja po mjesecima

Mjesec	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Indeks	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks
Siječanj	1.184	930	127	4.508	4.299	105
Veljača	4.897	4.067	120	13.613	10.237	133
Ožujak	1.719	7.295	24	5.752	22.302	26
Travanj	20	15.029	0	1.630	52.271	3
Svibanj	2.173	17.760	12	6.553	64.888	10
Lipanj	18.851	40.564	46	83.985	203.523	41

Srpanj	35.392	50.121	71	239.767	368.566	65
Kolovoz	29.843	52.982	56	224.857	392.094	57
Rujan	7.226	24.737	29	46.094	153.263	30
Listopad	2.521	12.212	21	9.993	46.567	21
Studeni	382	2.603	15	2.584	8.625	30
Prosinac	119	1.996	6	1.738	5.256	33
UKUPNO	104.327	230.296	45	641.074	1.331.891	48

Zbog stavljanja Hrvatske na crvenu epidemiološku listu od strane austrijske, talijanske i slovenske vlade sredinom kolovoza, u jeku turističke sezone, drugi dio kolovoza u potpunosti je podbacio, dok je u prvih 15 dana kolovoza realizirano čak 76% od lanjskih dolazaka. Kako je Hrvatska i dalje bila na crvenoj listi, u rujnu je realizirano tek 30%, a listopadu 21% prošlogodišnjeg prometa.

Grafikon 2. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2020. i 2019. godini



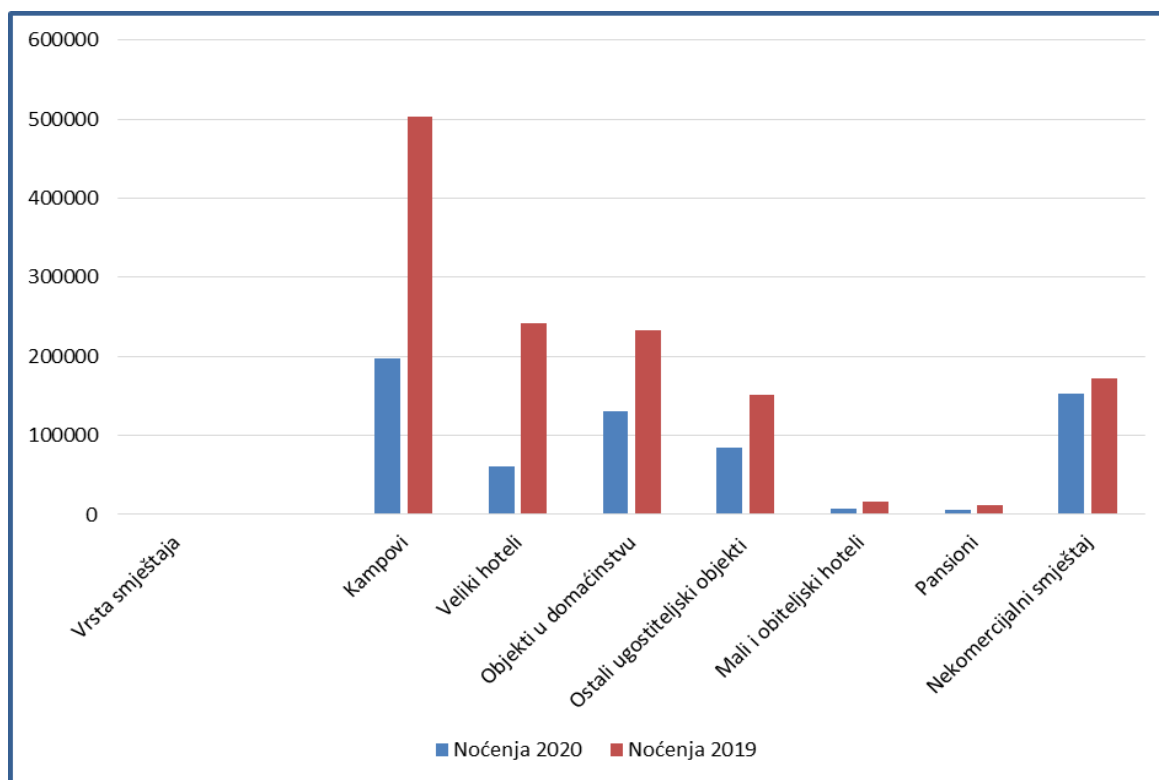
I u ovoj kriznoj godini, najviše noćenja ostvareno je u kampovima na koje otpada 31% svih ostvarenih noćenja. Iako je sezona bila bolja od prvotnih predviđanja, kampovi su ostvarili 39% noćenja u odnosu na isto razdoblje lani. Sljedeća po redu kategorija s udjelom od 20% u ukupnim noćenjima jesu objekti u domaćinstvu (privatni smještaj) kod kojih je zabilježeno 56% lanjskih noćenja, zatim ostali ugostiteljski objekti za smještaj (tvrtke i obrti za najam soba i apartmana, odmarališta, pansioni, i dr.) koji su ostvarili 54% lanjskog prometa te hoteli s 28% lanjskih noćenja. Prošle godine su dva hotela bila zatvorena zbog situacije s virusom COVID-19 (Aminess Laguna i hotel Nautica). Zadnja grupa je nekomercijalni smještaj koji sudjeluje s čak 24% svih noćenja i kod kojeg je zabilježeno 89% lanjskih noćenja.

Tabela 4. Prikaz ostvarenih dolazaka i noćenja prema vrsti smještajnog kapaciteta za 2020 godinu

Vrsta smještaja	Dolasci	Indeks	Noćenja	Indeks	Udio
Kampovi	33.909	39	198.186	39	31%
Objekti u domaćinstvu	18.277	52	131.022	56	20%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	15.069	55	80.937	54	13%
Hoteli	20.041	29	77.752	28	12%
Ukupno komercijalni smještaj	87.296	40	487.897	42	76%
Nekomercijalni smještaj	17.031	169	153.177	89	24%
Sveukupno	104.327	45	641.074	48	100%

Raspodjelom smještajnih kapaciteta na velike i male hotele, u grafikonu broj 3. vidljiv je manji pad prometa u malim i obiteljskim hotelima u odnosu na velike hotele. Mali hoteli čine samo 1% svih noćenja te je prošle godine realizirano 7.550 noćenja, što je 46% od 2019. godine. Pansioni također čine tek 1% svih noćenja i lani su zabilježili 5.930 noćenja odnosno 50% od 2019. godine.

Grafikon 3. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja po vrsti smještaja u 2020. i 2019. godini



Po broju kreveta, lani je zabilježen pad od 4% smještajnog kapaciteta u objektima za domaćinstvo (ukupno 3.120 kreveta) u odnosu na 2019. godinu, zatim rast od 3% u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (ukupno 3.260 kreveta) te 15% više kreveta u nekomercijalnom smještaju (ukupno 9.380 kreveta). Ostali smještajni objekti zadržali su iste brojeve (kampovi 5.910 kreveta, veliki hoteli 1.030 kreveta, mali hoteli 112 kreveta i pensioni 117 kreveta).

II. OSTVARENI PRIHODI

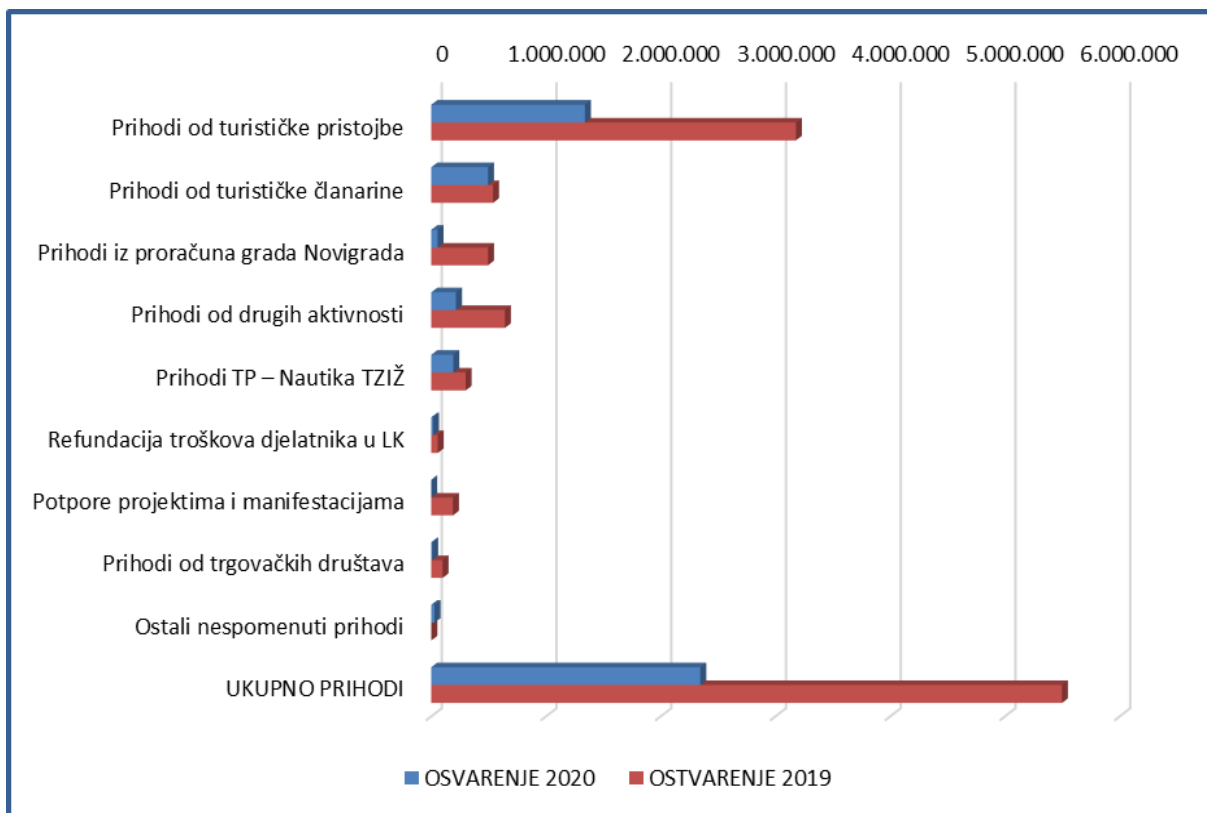
Zbog okolnosti znatno smanjenih aktivnosti i velikog manjka gostiju kao posljedice pandemije korona virusa, prihodi od turističke pristojbe znatno su manji u odnosu na prošle godine. Sukladno padu turističkog prometa kako je spomenuto u prijašnjem poglavlju ovog izvješća, tako je i ostvareni prihod znatno manji od početnog plana. Zbog toga je Turistička zajednica krajem lipnja donijela izmjenu programa rada, odnosno rebalans financijskog plana kako bi uskladili očekivane troškove s manjkom financijskih sredstva i revidirali sve planirane aktivnosti.

Na prihode turističke zajednice utjecali su i novi Zakon o turističkoj pristojbi i Zakon o turističkim zajednicama, te pravilnici o turističkoj pristojbi i Vladine odluke na sljedeći način:

- Osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u 2020. godini oslobođene su plaćanja pola godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe koju su bili obvezni platiti za glavni krevet. Također, za cijelu 2020. godinu te su osobe u potpunosti oslobođene plaćanja turističke pristojbe za pomoćne krevete.
- Odgođeno je plaćanje turističke članarine za 3 mjeseca, ovisno o uvjetima, kao i paušalno plaćanje turističke članarine za iznajmljivače.

Na sjednici Skupštine održane sredinom rujna usvojene su Izmjene programa rada i financijskog plana za 2020. godinu kojima su revidirani svi prvotno planirani prihodi i rashodi te projekti TZ-a. Izmjene programa usklađene su i prilagođene smjernicama od strane Stožera za civilnu zaštitu IŽ, uputama predsjednika TZ-a i tadašnjim procjenama kretanja turističkog prometa. Budžet je koncipiran uzimajući u obzir projekciju naplate turističke pristojbe i članarine za 2020. godinu.

Grafikon 4. Usporedni prikaz ostvarenih prihoda u 2020. i 2019. godini



Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova je 2020. godine ostvarila ukupan prihod u iznosu od 2.129.986 kn, što čini 44% od ukupnih prihoda iz 2019. godine te 8% više u odnosu na drugi rebalans plana.

Od turističke pristojbe uplaćeno je 1.338.709 kn, 42% od prihoda realiziranih u 2019. god. te 1% više u odnosu na drugi rebalans plana, odnosno 63% ukupnih prihoda.

Turističke članarine je ukupno uplaćeno 494.067 kn, 8% manje od 2019. god. te 10% više u odnosu na rebalans i čini 23% u ukupnim prihodima.

Prihodi iz proračuna Grada Novigrada-Cittanova iznose 54.000 kn i utrošena su za potporu sljedećih održanih manifestacija i projekata: Sponzorstvo blues natjecanja u Memphis (20.000 kn), Maškare (20.000 kn), Fešta Sv. Pelagija (10.000 kn) i potpora za nagrađene okućnice i balkone (4.000 kn). U odnosu na 2019. godinu, to je 89% manje, te 2% više u odnosu na rebalans plana.

Prihodi od drugih aktivnosti ukupno iznose 215.166 kn, što je za 53% manje od 2019. god. te 88% više u odnosu na rebalans plana i čine 10% ukupno realiziranih prihoda. Navedeni prihodi odnose se na uplate turističke pristojbe realizirane u nautičkom turizmu u iznosu od 192.161 kn (36% manje u odnosu na 2019. te 92% više u odnosu na rebalans), zatim na prihod odnosno refundaciju troškova za plaće sezonske djelatnice u Lučkoj kapetaniji Novigrad u razdoblju od srpnja do kolovoza u iznosu 14.577 kn (74% manje u odnosu na 2019.) i na prihode od trgovačkih društava, odnosno sponzorstvo od strane Lagune Novigrad d.d. u iznosu od 8.428 kn za snimanje video materijala koje se odnosi na pokrivanje troškova smještaja snimatelja.

Ostali prihodi iznose 28.044 kn, od čega je 25.000 kn ispravak u knjiženju iz 2019. god. za sponzorstvo novigradskog benda za put na natjecanje u SAD (knjiženo 2 puta u 2019. godini) te 3.044 kn za ostale prihode.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UKUPNO PRIHODI	4.840.000 kn	1.420.000 kn	1.975.618 kn	2.129.986 kn

III. OSTVARENI RASHODI

U 2020. godini su sve planirane aktivnosti TZ-a revidirane obzirom na nove okolnosti koje je izazvala epidemija korona virusom. Istovremeno, bilo je potrebno u što većom mjeri racionalizirati sve troškove, pa je tako Turistički ured od početka ožujka pa do kraja lipnja zaustavio gotovo sve aktivnosti, od oglašavanja do provedbe planiranih manifestacija i projekata, te su djelatnicima smanjene plaće.

Ukupno je u 2020. godini realizirano 1.598.539 kn rashoda što je 68% manje od prvotnog plana te 65% manje u odnosu na 2019. godinu.

Turistička zajednica pripremila je dvije izmjene i dopune financijskog plana: prvi rebalans izrađen je u lipnju i tada su definirane aktivnosti koje je bilo moguće provoditi obzirom na novonastalu situaciju, te drugi rebalans koji je izrađen u prosincu i kojim su prilagođene stavke realiziranih aktivnosti.

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.

Ukupni rashodi u 2020. imaju odstupanje od 11% u odnosu na očekivano ostvarenje te je u konačnici realiziran veći prihod nad rashodima u iznosu od 731.185 kn, umjesto planiranih 378.293 kn viška prihoda nad rashodima.

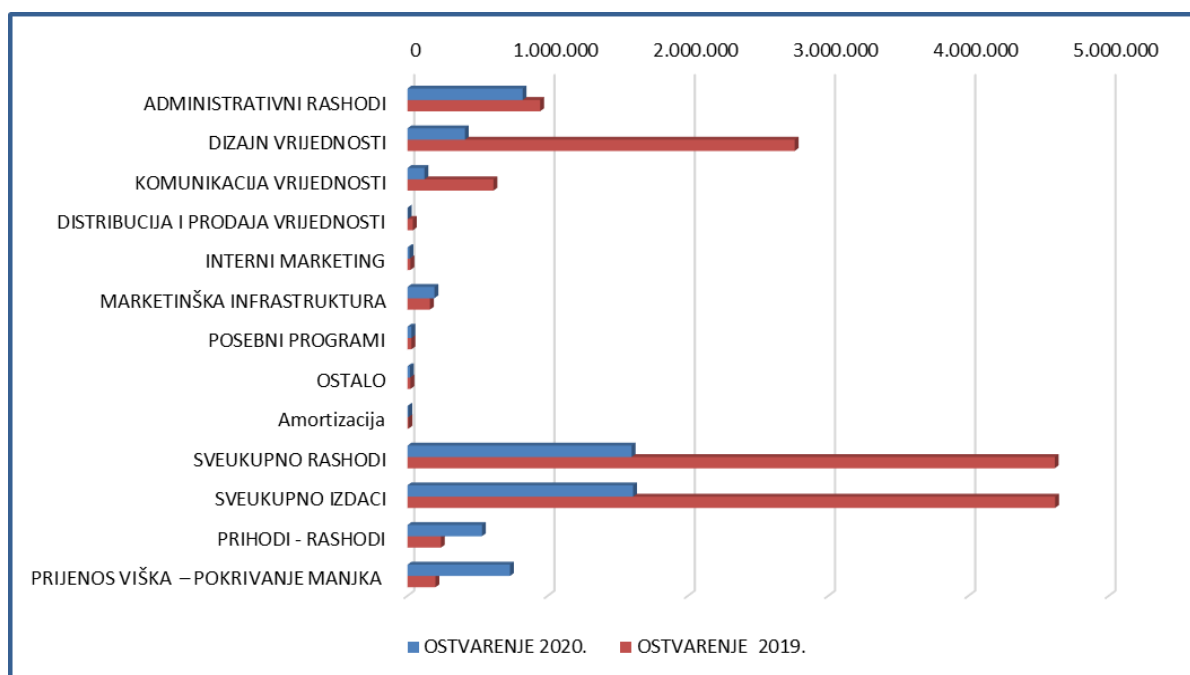
Manje ostvareni rashodi od 11% u odnosu na drugi rebalans realizirani su uglavnom zbog odgode isplate potpore od 150.000 kn Gradu Novigradu-Cittanova za uređenje starogradske jezgre iz razloga što je cijela investicija odgođena te zbog nerealizirane potpore za uređenje Lučke kapetanije Novigrad u iznosu 30.000 kn, čije je troškove u potpunosti podmirio gradski proračun.

Ukupni izdaci u 2020. godine iznose 1.608.984 kn i imaju odstupanje od 10% u odnosu na očekivano ostvarenje, iz gore navedenog razloga.

Slijedi pojašnjenje ostvarenih troškova po glavnim stavkama financijskog plana i usporedba s prvotno planiranim iznosima koji su bili definirani Programom rada za 2020. godinu, a koji su Izmjenama i dopunama financijskog plana odnosno rebalansom izmijenjeni i prilagođeni očekivanim rezultatima:

Od ukupnih troškova TZ-a, u najvećem obujmu ostvareni su administrativni rashodi u iznosu od 821.326 kn koji čine 51% ukupnih rashoda, što je 12% manje od prvotnog plana. Slijede troškovi dizajna vrijednosti s utrošenih 409.669 kn (26% ukupnih rashoda i 86% manje od prvotnog plana), koji se u najvećoj mjeri odnose na realizaciju manifestacija, te na trećem mjestu troškovi marketinške infrastrukture u iznosu od 192.398 kn u što ulaze troškovi izrade foto i video produkcije te troškovi marketinške strategije, koji čine 12% ukupnih rashoda i za 39% su veći rashodi od prvotnog plana. Sljedeća po redu stavka su troškovi komunikacije vrijednosti s ostvarenih 121.216 kn koji čine 8% ukupnih rashoda (82% manje od prvotnog plana), zatim rashodi za posebne programe s ukupno 29.000 kn a koji ustvari uključuju grešku u knjiženju od 25.000 kn iz 2019. godine (sponzorstvo za put novigradskih glazbenika u SAD) s udjelom od 2% u ukupnim rashodima, te ostali rashodi s iznosom od 18.000 kn (1% ukupnih rashoda) za potpore vrhunskom sportašu i turističkoj ambulanti. Slijede još troškovi internog marketinga odnosno troškovi edukacija te nagrada i priznanja za najuređenije okućnice u iznosu od 14.458 kn (udio 1%) i troškovi distribucije i prodaje vrijednosti s realiziranih 2.918 kn rashoda.

Grafikon 5. Uporedni prikaz ostvarenih rashoda u 2020. i 2019. godini



Od pojedinačno ostvarenih troškova prema Financijskom planu za 2020. godinu, prošle godine je najveći udio utrošen za plaće djelatnika TZ-a u iznosu od 609.873 kn (38% ukupnih rashoda), što je 11% manje u odnosu na planirani iznos Programa rada. Slijede troškovi manifestacija od 303.379 kn s udjelom od 19% u ukupnim rashodima i smanjenjem od čak 87% u odnosu na prvotni plan, zatim rashodi ureda sa 182.062 kn (udio 11%) što je 12% manje od prvotnog plana te troškovi otkupa baze fotografija i filmova s udjelom od 6% odnosno 91.116 kn rashoda.

Svi ostali troškovi sudjeluju s udjelom od 5% ili manje i prikazani su u financijskom izvješću.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UKUPNO RASHODI	4.937.848 kn	1.614.258 kn	1.791.583 kn	1.598.539 kn

Detaljna razrada realiziranih troškova pojašnjena je u nastavku ovog izvješća, sukladno stavkama financijskog plana.

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI

U ovu stavku uvršteni su rashodi za radnike, rashodi ureda, rashodi TIC-a te rashodi za rad tijela TZ-a u ukupnom iznosu od 821.326 kn, što predstavlja 51% svih ostvarenih rashoda. Administrativni rashodi manji su za 13% od rashoda realiziranih u 2019. godini, te za 1% veći od rebalansa.

Turistički ured je zadnjeg tjedna ožujka zatvorio vrata za stranke zbog situacije s Covidom i ostao zatvoren za stranke do prvog tjedna svibnja. Dio djelatnika je u tom razdoblju radilo od kuće, a dio u uredu zatvorenih vrata. Sredinom lipnja je TIC započeo s cjelodnevnim radnim vremenom od 08 do 19h svakim danom te su zaposlene dvije sezonske djelatnice. U Lučkoj kapetaniji – ispostava Novigrad, prema Zahtjevu za osiguranje djelatnika za provedbu projekta e-Nautika od strane HTZ-a, zaposlena je jedna sezonska djelatnica s prvim danom srpnja, do 31. kolovoza. Ukupno je ostvareno 609.873 kn rashoda za radnike, što je 13% manje od 2019. god., te 2% više u odnosu na rebalans plana, a čine 38% ukupno ostvarenih rashoda.

Rashodi ureda iznose 182.062 kn (12% manje od 2019. te 3% više u odnosu na rebalans), što predstavlja 11% svih rashoda. Čine ga 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.), sitan inventar, nabava opreme (novo računalo), troškovi reprezentacije i sjednica, premije osiguranja i ostali nespomenuti rashodi.

Rashodi TIC-a iznose 26.696 kn, što je 3% manje od 2019. god. te 8% manje od rebalansa. Rashodi TIC-a sudjeluju sa 2% u ukupnim rashodima a uključeni su izdaci za usluge (poštarina, održavanje i dr.), materijalni izdaci (za čišćenje, uredski materijal i dr.), sitan inventar te ostali nespomenuti rashodi.

Ured Turističke zajednice Grada Novigrada-Cittanova u predmetnom razdoblju koordinirao je, organizirao i pripremao dokumentaciju za potrebe tijela Zajednice te su održane 3 sjednice Skupštine TZ-a, 5 sjednica Turističkog vijeća i jedna sjednica Nadzornog odbora. Obzirom da je prošle godine stupio na snagu novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kojim se ukida Nadzorni odbor kao Tijelo TZ-a, u drugoj polovici godine nije održana druga sjednica NO. Također, zbog epidemiološke situacije i ograničavanja okupljanja, većina sjednica održano je korespondentno, putem e-maila.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	934.500 kn	745.980 kn	814.172 kn	821.326 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 stavke dizajna vrijednosti ukupno iznose 409.669 kn i čine 26% ukupno realiziranih troškova. Rashodi su manji za čak 85% u odnosu na 2019. godinu jer su uglavnom sve planirane aktivnosti stopirane i gotovo sve manifestacije otkazane. U odnosu na drugi rebalans, rashodi dizajna vrijednosti manji su za 31% zbog neisplaćenih potpora za uređenje destinacije. U nastavku su navedene realizirane vrijednosti po stavkama financijskog plana.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	3.014.179 kn	559.957 kn	597.509 kn	409.669 kn

2.1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

U aktivnostima za poticanje i sudjelovanje u uređenju grada realizirani su troškovi participacije u projektu kontrole i suzbijanja populacije galeba klaukavca, troškovi tiskanja i postavljanja svlačionica na tri plaže te postavljanje psihološke brane na području dviju plaža u okolici Novigrada u ukupnom iznosu 25.875 kn, što čini 2% ukupno realiziranih rashoda. Zbog situacije s Covidom i manjka sredstava, izostale su potpore za uređenje starogradske jezgre i Lučke kapetanije u iznosu 180.000 kn. Shodno tome, rashodi su za 92% manji u odnosu na 2019. te za 87% manji od rebalansa.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	350.000 kn	205.000 kn	205.000 kn	25.875 kn

2.2. Manifestacije

I program manifestacija je zbog epidemije u potpunosti revidiran odnosno velik broj planiranih manifestacija je otkazano. Održane su samo manifestacije prije početka širenja pandemije, dok su sva planirana događanja za vrijeme pred i posezone otkazana, dok su manifestacije u vrijeme glavne turističke sezone revidirane i održane u znatno manjem broju i u revidiranom konceptu. Ukupno je ostvareno 303.379 kn rashoda, od čega se 90.000 kn odnosi na dugovanje iz 2019. godine (smještaj nogometnih ekipa na turiniru Istria Youth Cup). Naime, navedeni iznos je trebao biti pokriven sponzorstvom od strane HNS-a, međutim sponzorstvo nije realizirano.

Tako je TZ u zimskim mjesecima podržala nekolicinu sportskih događanja s manjim iznosima (do 2.500 kn). U siječnju je održan malonogometni turnir *Veterans Cup* i sufinanciran je trošak pehara, početkom veljače uspješno je održana utrka zimske lige u trčanju, prvi put u Novigradu, koja je okupila veliki broj natjecatelja, dok je sredinom veljače TZ tradicionalno podržala utrku *Adventure trek*. U veljači su održane tradicionalne Dječje maškare u organizaciji Društva Naša djeca Novigrad i karnevalska zabava u organizaciji udruge Za stare i mlade, dok se u prvom tjednu ožujka održala kazališna predstava u Muzeju Lapidarium, u organizaciji Kazališta Ulysses iz Zagreba. U realizaciju ušli su i troškovi održanog Božićnog sajma krajem 2019. godine te ispraćaj stare godine *Goodbye 2019*.

Tijekom ljetnih mjeseci, sukladno epidemiološkim mjerama, održani su večernji programi *Glazbe na*

svakom kutku i to svake srijede i subote tijekom srpnja i kolovoza, *Večeri uličnih čarobnjaka* petkom i nedjeljom te je skromno obilježen Dan Grada – Dan Sv. Pelagija.

Od ostalih manjih događanja koja je TZ podržala, realizirana su uglavnom sportska natjecanja i aktivnosti na otvorenom. TZ je tako podržala Međunarodnu Old timer izložbu, Međunarodni dan joge, sportska natjecanja u organizaciji Streljačkog društva Gusar te ekološku akciju čišćenja novigradskog podmorja u suradnji sa SRK Erik Radin.

Osim za navedene manifestacije, Turistička zajednica je sudjelovala u kreiranju paketa različitih sadržaja pod zajedničkim nazivom *Explore Novigrad*, povodom otvaranja turističke sezone početkom lipnja te obilježavanja Svjetskog dana turizma u rujnu, u organizaciji Upravnog odjela za turizam Istarske županije.

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

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	2.291.310 kn	297.957 kn	311.178 kn	303.379 kn

2.3. Razvoj proizvoda

Rashod za razvoj proizvoda ukupno iznosi 80.415 kn i čini 5% ukupno realiziranih rashoda. Navedeni trošak odnosi se na razvoj klusterskih proizvoda i na razvoj proizvoda destinacije Novigrad. Ukupno su navedeni rashodi smanjeni za 77% u odnosu na 2019. te za 1% u odnosu na rebalans.

Obzirom na novonastalu situaciju, revidirane su i stopirane sve planirane aktivnosti Marketing plana klastera za 2020. godinu kojim su definirane smjernice, aktivnosti i projekti za razvoj proizvoda nogomet, tenis, bike, wellness i gourmet, te su do kraja godine ostvareni troškovi za funkcioniranje „hladnog pogona“ odnosno plaće voditelja proizvoda. Također, u stavci razvoja proizvoda nogomet, realiziran je trošak od 25.000 kn koji se odnosi na pokrivanje troškova transfera i prijevoza nogometnih ekipa iz 2019. godine.

Ukupno realizirani rashodi za razvoj nogometa, biciklizma, gourmeta i outdoor aktivnosti iznosi 68.684 kn, što je 69% manje od 2019. te 2% manje od rebalansa.

U sklopu razvoja proizvoda na nivou TZG Novigrada-Cittanova, utrošena sredstva u iznosu od 11.731 kn odnose se na potporu za rad Galleriona (7.000 kn) te troškovi vinskog itinerara *Wine Trail* s iznosom od 4.731 kn.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	371.869 kn	57.000 kn	81.331 kn	80.415 kn

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Ukupni rashodi komunikacije vrijednosti iznose 121.216 kn što čini 8% svih ostvarenih rashoda, a manji su za 80% od rashoda ostvarenih u 2019. godini, te za 8% manji od rebalansa.

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, turistička signalizacija i info table te troškovi općeg oglašavanje (tisak,

tv, radio). Zbog pada turističkog prometa, obustavljene su aktivnosti tiskanja brošura i ostalih tiskanih materijala kao i oglašavanja u promotivnim kampanjama TZIŽ.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	679.014 kn	140.801 kn	131.131 kn	121.216 kn

3.1. Online komunikacije

Rashodi za online komunikacije realizirani su s iznosom od 37.407 kn što je 73% manje u odnosu na 2019. godinu i 18% manje u odnosu na rebalans. U ovu stavku uvršteni su troškovi održavanja i ažuriranja internet stranica te troškovi internet oglašavanja. Najveći dio troškova odnosi se na E-marketing klastera (21.947 kn), čije su aktivnosti oglašavanja i nadogradnje stopirana, te su uglavnom realizirani troškovi održavanja web stranice i vođenja društvenih mreža. Klasterska web stranica je prošle godine ostvarila ukupno 410.900 posjeta, što je 48% manje u odnosu na 2019. godinu. Pregledano je ukupno 699.070 stranica, 52% manje, kako je i bilo za očekivati. 82% posjeta na stranicu je došlo organskim putem, a najviše posjeta je ostvareno putem mobilnih uređaja (64%), zatim desktopa (33%) i tableta (3%). Najposjećenije su stranice plaža na njemačkom jeziku. Objavljeno je ukupno 10 blog postova sa 23.880 posjeta, što je odnosu na 2019. godinu pad pregleda od 62%. Pad se počeo događati u ožujku nakon stopiranja aktivnosti obzirom na novonastalu situaciju u vezi s epidemijom izazvanom Corona virusom. Što se tiče oglašavanja, u rujnu je pokrenuta test oglašivačka kampanja gdje se „ciljalo” isključivo korisnike koji preko TV uređaja gledaju Youtube kanal na tržištima Austrije i Njemačke. Oglašavala su se destinacijski video materijali snimljeni iz zraka, a ostvareno je 48.600 prikaza odnosno 13.020 pregleda videa, a najbolji rezultat je ostvario zajednički video sva 4 grada. Ovakav način oglašavanja, isključivo na TV-u, jako je dobar za branding destinacije, jer se sa relativno malim budžetom može doći do vrlo dobrih rezultata.

Ostatak od 15.459 kn odnosi se na troškove zakupa servera za stranicu novigrad-cittanova.hr, troškove prijevoda te internet oglašavanja na nacionalnim portalima.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	155.160 kn	45.000 kn	45.500 kn	37.407 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 te troškovi signalizacije. Ukupno je ostvareno 51.099 kn rashoda, 67% manje od 2019. te 5% manje od rebalansa.

Troškovi offline komunikacije maksimalno su smanjeni sukladno padu prihoda te nisu tiskani info i promo materijali. Realizirani su troškovi PR aktivnosti koji se uglavnom odnose na popratne troškove za potrebe fotografiranja i snimanja video materijala (15.748 kn), zatim troškovi tiska promo materijala koji su naručeni prije situacije s Covidom (7.351 kn), te troškovi održavanja turističke signalizacije (27.538 kn). te troškovi.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	238.065 kn	70.000 kn	54.000 kn	51.099 kn

3.3. Opće oglašavanje

U ovu stavku uvršteni su troškovi oglašavanja u domaćim i stranim tiskanim medijima te na talijanskim radio postajama, u ukupnom iznosu od 32.710 kn, odnosno 2% svih prihoda. Troškovi oglašavanja manji su za 20% u odnosu na 2019. godinu te za 3% veći od rebalansa.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	42.072 kn	25.801 kn	31.631 kn	32.710 kn

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

U ovu stavku uvršteni su troškovi sajмова i prezentacija, distribucije promo materijala te troškovi studijskih putovanja turističkih agencija i novinara. Zbog specifičnosti situacije u kojoj smo se prošle godine zatekli, otkazane su sve planirane prezentacije, te su realizirani troškovi hrane i pića snimatelja i fotografa u ukupnom iznosu 2.918 kn, što je 93% manje od 2019. te 3% manje od rebalansa.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	40.000 kn	3.000 kn	3.000 kn	2.918 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 troškovi prijave i kandidatura na raznim natjecajima.

U protekloj godini realizirani su troškovi edukacije za vođenje i oglašavanje na društvenim mrežama, edukacije vezane uz digitalni marketing, te troškovi tradicionalne akcije nagrađivanja najljepših okućnica i balkona za vrijeme Fešte Sv. Pelagija. Ukupno je utrošeno 14.458 kn troškova internog marketinga, što čini 1% svih troškova te 33% manje u odnosu na 2019. i 22% više u odnosu na rebalans. Izostale su akcije godišnjih hrvatskih turističkih nagrada koje provode Ministarstvo turizma, Hrvatska turistička zajednica i Hrvatska gospodarska komora.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	40.000 kn	11.000 kn	11.876 kn	14.458 kn

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Obzirom na važnost izrade novih promidžbenih materijala destinacije za jaču promociju u nadolazećem razdoblju, na sjednici Turističkog vijeća TZG Novigrada-Cittanova odlučeno je nastaviti s planovima aktivnosti marketinške infrastrukture koji obuhvaćaju izradu multimedijalnih materijala, foto i video produkcije te projekt nastavka izrade marketinške strategije destinacije Novigrad u vidu definiranja strateškog pozicioniranja.

Ukupno je za potrebe marketinške infrastrukture lani utrošeno 192.398 kn što čini 12% ukupnih rashoda, a u odnosu na 2019. godinu predstavlja povećanje od 20%, te 1% više u odnosu na rebalans.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	138.155 kn	130.000 kn	190.375 kn	192.398 kn

6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Realizirani troškovi odnose se na izradu promotivnog glazbenog spota g. Mira Ungara s pjesmom o Novigradu za promociju destinacije na domaćem tržištu, te na troškove opsežne video produkcije za izradu novog promotivnog spota destinacije Novigrad, u ukupnom iznosu od 47.000 kn (3% svih ostvarenih troškova). Navedeni iznos je dosad najviše utrošeni iznos za realizaciju ove aktivnosti i za 5 je puta veći od troška iz 2019. godine, te 10% manji od rebalansa.

Troškovi izrade glazbenog spota iznose 17.000 kn, dok je 30.000 kn utrošeno za snimanje kadrova i montažu novog promotivnog filma o Novigradu. Ukupno je angažirano 47.000 kn od rebalansom planiranih 52.000 kn za proizvodnju multimedijalnih materijala.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	20.000 kn	30.000 kn	52.000 kn	47.000 kn

6.2. Baza fotografija i filmova

Za izradu preko 300 novih tematskih fotografija destinacije, otkup dodatnih fotografija te za snimanje i montažu 4 promotivnih video materijala utrošeno je 91.116 kn od planiranih 85.000 kn. Navedeni iznos predstavlja 6% svih rashoda, za 3 je puta veći od utrošenih sredstava 2019. godine, te je za 7% veći iznos u odnosu na rebelans plana.

Od toga, 31.250 kn utrošeno je za foto produkciju ljetnih tema i kadrova Novigrada, 10.000 kn za otkup fotografija s motivima koji su nedostajali, 40.000 kn za snimanje četiri promotivna filma po proizvodima, 1.400 kn za digitalizaciju i otkup fotografija starih razglednica Novigrada za potrebe razvoja AR (augmented reality) aplikacije, dok se 8.428 kn odnosi na sponzorirani trošak smještaja snimatelja.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	50.000 kn	50.000 kn	85.000 kn	91.116 kn

6.3. Marketinška strategija

Novi brend je dio projekta marketinške strategije i prema prvotnom planu, lani je trebala započeti njegova implementacija jer on ustvari predstavlja polaznu točku za brendiranje destinacije.

Nakon što smo okupili i analizirali stavove nositelja turističke ponude Novigrada i ispitali zadovoljstvo turista turističkom ponudom, predstavljen je projekt definiranja turističke ponude Novigrada koji je činio temelj za kreiranje novog brenda. Trebalo je zatim okupiti i analizirati stavove nositelja turističke ponude Novigrada i ispitati zadovoljstvo turista kako bi mogli analizirati vrijednosti naše destinacije i izgraditi novu arhitekturu brenda Novigrad – Cittanova, kao specifične istarske i hrvatske obiteljske (boutique) destinacije okrenute aktivnom odmoru i umjerenom hedonizmu – mjestu u kojem uživaju sva osjetila.

Početak veljače 2020. godine, održana je prezentacija od strane izabranog dizajnera Marka Bausa na kojoj je predstavljeno strateško pozicioniranje i vizualno riješnje brenda Novigrad, kao i temeljne vrijednosti i atributi brenda.

U 2020. godini ostvareni su troškovi preostalog dijela isplate za projekt brendiranja i izradu knjige standarda brenda u iznosu od 33.000 kn te 20.000 kn za snimanje 10 promotivnih kratkih spotova za društvene mreže, u ukupnom iznosu 53.908 kn što čini 3% ukupnih rashoda i predstavlja 46% manje rashoda od 2019. godine te 2% više u odnosu na rebelans plana.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	50.000 kn	50.000 kn	53.000 kn	53.908 kn

7. POSEBNI PROGRAMI

U ovoj stavci uvrštena je potpora – sponzorstvo za novigradski glazbeni duo *Hele & Hutch* za natjecanje u SAD-u. Nakon što su prošle godine pobijedili novigradski *Screaming Wheels* na Croatian Blues Challengeu te kao predstavnici hrvatske blues scene nastupili u Memphisu, prošle godine je još jedan novigradski bend – pjevačica Helena Brajković i gitarist Davor Hačić na 11. Croatia Blues Challengeu u zagrebačkom klubu odnio pobjedu u kategoriji solo/duo i tako dobio priliku nastupiti na International Blues Challengeu 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. Ukupno to iznosi 29.000 kn (2% ukupnih prihoda), što je isti iznos kao i 2019. godine te na razini rebalansa.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	25.000 kn	4.000 kn	29.000 kn	29.000 kn

8. OSTALO

Ovdje su razvrstani rashodi za donacije i sponzorstva a do kraja godine isplaćeno je 18.000 kn od čega 10.000 kn potpore za profesionalnog sportaša Giovannija Cernogorza, 7.000 kn za turističku ambulantu u Novigradu i 1.000 kn ostalih donacija. Navedeni iznos predstavlja 1% svih rashoda te 18% manje od 2019. godine i 20% više u odnosu na rebalans.

	PLAN 2020	REBALANS 1	REBALANS 2	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	47.000 kn	20.000 kn	15.000 kn	18.000 kn

ZAKLJUČAK:

Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova je u protekloj godini realizirala one aktivnosti koje je bilo moguće provoditi obzirom na epidemiološku i financijsku situaciju, a sukladno uputama i zaključcima sa sjednica Turističkog vijeća te Izmjenama i dopunama programa rada i financijskog plana za 2020. godinu koje je usvojila Skupština TZ-a. Zbog većih prihoda nad rashodima u iznosu od 531.447 kn, uz preneseni prihod iz prošlog razdoblja od 199.738 kn, ostvareni rezultat poslovanja iznosi 731.185 viška prihoda na rashodima, raspoloživ u 2021. godini.

U nastavku slijedi pregled ostvarenja po točkama financijskog plana.

Realizacija financijskog plana za 2020. godinu:

- U kn, bez lipa

RB	PRIMICI PO VRSTAMA	REALIZACIJA 2019	PLAN 2020	REBALANS PLANA 1 2020	REBALANS PLANA 2 2020	REALIZACIJA 2020	Indeks 5/4	Indeks 5/1	Udio %
	OPIS	1	2	3	4	5	6	7	8
1.	PRIHODI OD TURISTIČKE PRISTOJBE	3.178.503	3.200.000	1.020.000	1.330.000	1.338.709	101	42	63%
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	538.935	530.000	210.000	450.000	494.067	110	92	23%
3.	PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA NOVIGRADA	494.000	480.000	100.000	53.000	54.000	102	11	3%
4.	PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA	189.000	215.000	0	0	0	0	0	0%
4.1.	Potpore projektima i manifestacijama	189.000	215.000	0	0	0	0	0	0%
4.2.	Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice	0	0	0	0	0	0	0	0%
5.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	453.263	405.000	90.000	114.577	215.166	188	47	10%
5.1.	Prihodi BP - Nautika TZIŽ	299.809	300.000	90.000	100.000	192.161	192	64	9%
5.2.	Račun BP - Refundacija HTZ	55.419	55.000	0	14.577	14.577	100	26	1%
5.4.	Prihodi od trgovačkih društava	98.035	50.000	0	0	8.428	0	9	0%
5.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI (kamate i naknade šteta od osiguranja)	231	10.000	0	28.041	28.044	100	12.140	1%
5.1.	Ispravak u knjiženju iz 2019. god. - sponzorstvo puta u Memphis	0	0	0	25.000	25.000	100	0	1%
5.2.	Ostalo	231	10.000	0	3.041	3.044	100	1.318	0%
	SVEUKUPNO PRIHODI	4.853.932	4.840.000	1.420.000	1.975.618	2.129.986	108	44	100%
RB	IZDACI PO VRSTAMA	REALIZACIJA 2019	PLAN 2020	REBALANS PLANA 1 2020	REBALANS PLANA 2 2020	REALIZACIJA 2020	Indeks 5/4	Indeks 5/1	Udio %
	OPIS	1	2	3	4	5	6	7	8
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	946.408	934.500	745.980	814.172	821.326	101	87	51%
1.	Rashodi za radnike	700.329	684.000	540.000	600.585	609.873	102	87	38%
1.1.	Izdaci za zaposlene Ureda	490.265	487.000	450.000	480.000	477.429	99	97	30%
1.2.	Izdaci za zaposlene TIC-a	154.645	142.000	90.000	105.000	116.859	111	76	7%
1.3.	Izdaci za zaposlene Lučke ispostave Novigrad	55.419	55.000	0	15.585	15.585	100	28	1%
2.	Rashodi ureda	206.610	208.000	170.480	176.587	182.062	103	88	11%
2.1.	Izdaci za usluge	126.105	127.000	110.000	115.000	116.985	102	93	7%
2.2.	Materijalni izdaci	26.050	26.000	20.000	20.000	24.364	122	94	2%
2.3.	Sitan inventar	2.936	2.000	2.000	2.000	1.039	52	35	0%
2.4.	Nabava imovine	10.130	10.000	5.480	5.480	5.480	100	0	0%
2.5.	Reprezentacije i troškovi sjednica	14.536	15.000	10.000	10.000	9.965	100	69	1%
2.6.	Premije osiguranja	12.744	15.000	13.000	14.107	14.107	100	111	1%
2.7.	Ostali rashodi	14.109	13.000	10.000	10.000	10.122	101	72	1%
3.	Rashodi TIC-a	27.664	29.000	22.000	29.000	26.696	92	97	2%
3.1.	Izdaci za usluge	7.527	8.000	7.000	5.000	3.951	79	52	0%
3.2.	Materijalni izdaci	13.614	10.000	10.000	15.000	14.107	94	104	1%
3.3.	Sitan inventar	3.133	3.000	2.000	2.000	1.560	78	50	0%
3.4.	Nabava imovine	0	5.000	0	0	0	0	0	0%
3.5.	Ostali rashodi	3.390	3.000	3.000	7.000	7.078	101	209	0%
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	11.806	13.500	13.500	8.000	2.694	34	23	0%
4.1.	Turističko vijeće	8.977	10.500	10.500	8.000	2.694	34	30	0%
4.2.	Nadzorni odbor	2.829	3.000	3.000	0	0	0	0	0%
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.761.138	3.014.179	559.957	597.509	409.669	69	15	26%
1.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	317.100	350.000	205.000	205.000	25.875	13	8	2%
1.1.	Uređenje starogradske jezgre	300.000	300.000	150.000	150.000	0	0	0	0%
1.2.	Ostalo	17.100	20.000	25.000	25.000	25.875	104	151	2%
1.3.	Uređenje Lučke kapetanije Novigrad	0	30.000	30.000	30.000	0	0	0	0%
2.	MANIFESTACIJE	2.093.383	2.291.310	297.957	311.178	303.379	97	14	19%
2.1.	Zabavne manifestacije	1.257.218	1.412.000	229.957	172.178	167.919	98	13	11%
2.1.1.	Astro party Lunasa 31.7.-1.8.	68.559	85.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.2.	Čarobni Novigrad	90.000	90.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.3.	Fešta Sv. Pelagija	441.810	450.000	100.000	20.000	16.672	83	4	1%
2.1.4.	Fešta Sv. Ivan Krstitelja	40.535	40.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.5.	Glazba na svakom kutku	15.096	50.000	40.000	46.000	45.940	100	304	3%
2.1.6.	Maškare	35.000	35.000	27.907	28.352	28.352	100	81	2%
2.1.7.	Novigradske Božićne radosti	21.502	20.000	22.050	22.050	22.051	100	103	1%
2.1.8.	Goodbye 2019	21.631	20.000	20.000	20.000	19.569	98	90	1%
2.1.9.	Parkfest	0	60.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.10.	Prvi maj u Novigradu	25.575	25.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.11.	Slovenska noć	90.100	80.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.12.	Susret bikera	2.000	2.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.13.	Večer uličnih čarobnjaka (Kids Night)	102.277	125.000	15.000	22.750	23.036	101	23	1%
2.1.14.	Movie Nights	48.513	55.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.15.	Jazz Corner	40.854	40.000	0	6.026	6.026	100	15	0%
2.1.16.	Piazza grande music nights	208.239	230.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.17.	Ostale zabavne manifestacije	5.527	5.000	5.000	7.000	6.275	90	114	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	REALIZACIJA 2019	PLAN 2020	REBALANS PLANA 1 2020	REBALANS PLANA 2 2020	REALIZACIJA 2020	Indeks 5 / 4	Indeks 5 / 1	Udio %
	OPIS	1	2	3	4	5	6	7	8
2.2.	Kulturne manifestacije	71.457	97.000	10.000	10.000	9.015	90	13	1%
2.2.1.	Foto Ex tempore	14.963	15.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.2.	Slikarski Ex tempore i likovna kolonija	19.847	20.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.3.	MFF: Novo kino Novigrad	5.745	7.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.4.	Istria Folk Fest	5.540	5.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.5.	Novigrad u folkloru	15.363	15.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.6.	Glazbene večeri u lodi Belvedere	0	25.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.7.	Ostale kulturne manifestacije (KUD, Agata, koncerti klasične glazbe)	10.000	10.000	10.000	10.000	9.015	90	90	1%
2.3.	Sportske manifestacije	536.926	392.000	28.000	100.000	96.770	97	18	6%
2.3.1.	Tenis	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.3.2.	Alpen Adria Swim Cup	0	40.000	10.000	0	0	0	0	0%
2.3.3.	Nogomet - Istria Youth Cup	438.580	250.000	0	90.000	90.000	100	21	6%
2.3.4.	Bike - Istria Granfondo	12.925	15.000	8.000	0	0	0	0	0%
2.3.5.	Novigrad-Cittanova Run	15.000	20.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.6.	Rukometni kamp - Regata nova	20.000	17.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.7.	Transadriatica	9.209	13.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.8.	Humanitarni Fitness day / Cheer leading camp	7.000	7.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.9.	Europsko Taekwon-do prvenstvo / Prvomajski MTB Maraton	15.000	10.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.10.	Ostale sportske manifestacije (Kickboxing, Podvodni ribolov, Adv. Treki dr.)	19.212	20.000	10.000	10.000	6.770	68	35	0%
2.4.	Gastro manifestacije	151.626	308.000	5.000	0	0	0	0	0%
2.4.1.	Gnam-gnam fest / TASTE N' TOWN	37.805	40.000	0	0	0	0	0	0%
2.4.2.	Park Food Fest	68.248	170.000	0	0	0	0	0	0%
2.4.3.	Wine &Walk by the sea	29.114	40.000	0	0	0	0	0	0%
2.4.4.	Che gusto	9.459	15.000	5.000	0	0	0	0	0%
2.4.5.	Novi gourmet VIP event	0	36.000	0	0	0	0	0	0%
2.4.6.	Ostale gastro manifestacije (Dani jabuka, Dani gljiva i sl.)	7.000	7.000	0	0	0	0	0	0%
2.5.	Ekološke manifestacije	9.546	15.000	0	4.000	3.476	87	36	0%
2.5.1.	Eko-akcije	9.546	15.000	0	4.000	3.476	87	36	0%
2.6.	Ostale manifestacije (Uskrs uz glazbu, ljetni nastupi)	16.124	15.000	10.000	10.000	11.202	112	69	1%
2.7.	Potpore manifestacijama i projektima	50.486	52.310	15.000	15.000	14.997	100	30	1%
2.7.1.	Muzej Lapidarium - Arterija	0	5.000	5.000	5.000	5.000	100	0	0%
2.7.2.	DV Tičići - Dječji folklor	0	3.000	0	0	0	0	0	0%
2.7.3.	DV Girasole - Mini Ex tempore Girasole	3.000	3.000	0	3.000	3.000	100	100	0%
2.7.4.	Novigrad Card	0	5.000	0	0	0	0	0	0%
2.7.5.	Iskorak iz tišine / Friendly Beach Autism	0	1.000	0	0	0	0	0	0%
2.7.6.	Ostalo (World Challenge Day, Joga day, izložbe)	17.478	15.000	10.000	7.000	6.997	100	40	0%
2.7.7.	TZIŽ-5 PPS Experiences	30.008	20.310	0	0	0	0	0	0%
3.	RAZVOJ PROIZVODA	350.655	371.869	57.000	81.331	80.415	99	23	5%
	CLUSTER	221.430	229.369	50.000	70.000	68.684	98	31	4%
3.1.	Nogomet	22.032	12.000	0	25.000	25.000	100	113	2%
3.2.	Tenis	4.649	4.411	0	0	0	0	0	0%
3.3.	Bike	78.946	97.076	25.000	20.000	20.701	104	26	1%
3.3.1.	Bike proizvod	61.784	62.076	15.000	15.000	15.701	105	25	1%
3.3.2.	Bike signalizacija i održavanje	17.162	35.000	10.000	5.000	5.000	100	29	0%
3.4.	Wellness	14.138	4.167	0	0	0	0	0	0%
3.5.	Gourmet	70.901	85.940	20.000	15.000	12.831	86	18	1%
3.6.	Outdoor	30.764	25.775	5.000	10.000	10.151	102	33	1%
	TZG NOVIGRAD	129.225	142.500	7.000	11.331	11.731	104	9	1%
3.7.	Novigradski suveniri	15.276	15.000	0	2.000	0	0	0	0%
3.8.	Gallerion	10.000	10.000	7.000	7.000	7.000	100	70	0%
3.9.	Turistički razgled Novigrada	1.425	2.500	0	0	0	0	0	0%
3.10.	Pješačke staze	0	0	0	0	0	0	0	0%
3.11.	Put vinara - Wine Trail	2.524	5.000	0	2.331	4.731	203	187	0%
3.12.	Ornitološki park Antenal - Mira / ATRAKCIJE	100.000	100.000	0	0	0	0	0	0%
3.13.	FLAG natječaj - pomorstvo i ribarstvo	0	10.000	0	0	0	0	0	0%
4.	POTPORA RAZVOJU DMK-a	0	1.000	0	0	0	0	0	0%
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	613.450	679.014	140.801	131.131	121.216	92	20	8%
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	139.280	155.160	45.000	45.500	37.407	82	27	2%
1.1.	Internet stranice i upravljanje internet stranicama	122.567	125.160	35.000	35.500	27.407	77	22	2%
1.1.1.	Web portal Novigrad	4.402	7.000	5.000	5.500	5.459	99	124	0%
1.1.3.	Web klastera	97.850	97.850	30.000	30.000	21.947	73	22	1%
1.1.4.	Web TZIŽ / HTZ	20.315	20.310	0	0	0	0	0	0%
1.2.	Internet oglašavanje	16.713	30.000	10.000	10.000	10.000	100	60	1%
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	153.331	238.065	70.000	54.000	51.099	95	33	3%
2.1.	PR aktivnosti	31.404	38.850	15.000	10.000	15.748	157	50	1%
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	81.832	103.715	20.000	1.000	463	46	1	0%
	CLUSTER	16.464	28.000	5.000	0	0	0	0	0%
2.2.1.	Image katalog	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.2.2.	Gourmet vodič	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.2.3.	Bike vodič i mape	8.375	10.000	5.000	0	0	0	0	0%
2.2.4.	Kalendar događanja	8.089	8.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.5.	Mape i vrećice	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.2.6.	Mape pješačkih staza	0	10.000	0	0	0	0	0	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	REALIZACIJA 2019	PLAN 2020	REBALANS PLANA 1 2020	REBALANS PLANA 2 2020	REALIZACIJA 2020	Indeks 5 / 4	Indeks 5 / 1	Udio %
	OPIS	1	2	3	4	5	6	7	8
	TZG NOVIGRAD	60.289	68.500	15.000	1.000	463	46	1	0%
2.2.7.	Image katalog	24.800	25.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.8.	Plan grada / Kulturni vodič	16.750	20.000	10.000	0	0	0	0	0%
2.2.9.	Letak i plakati mjesečnih programa	4.975	10.000	4.000	0	0	0	0	0%
2.2.10.	Mape i vrećice	6.007	6.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.11.	Poster	4.751	4.500	0	0	0	0	0	0%
2.2.12.	Razno (e-visitor letci, LU i dr.)	3.006	3.000	1.000	1.000	463	46	15	0%
	TZIŽ	5.079	7.215	0	0	0	0	0	0%
2.2.13.	EnjoyIstra	5.079	7.215	0	0	0	0	0	0%
2.3.	Suveniri i promo materijali	14.801	30.000	7.000	15.000	7.351	49	50	0%
2.3.1.	Suveniri i pokloni poslovnim partnerima	8.561	20.000	5.000	9.000	6.651	74	78	0%
2.3.2.	Ostali tiskani mate.(monografija, i dr.)	6.240	10.000	2.000	6.000	700	12	11	0%
2.4.	Signalizacija	25.295	65.500	28.000	28.000	27.538	98	109	2%
2.4.1.	Smeđa signalizacija	2.900	10.000	10.000	10.000	11.733	117	405	1%
2.4.2.	Table dobrodošlice	13.939	45.000	15.000	15.000	13.018	87	93	1%
2.4.3.	City Lights - info table	8.306	8.500	3.000	3.000	2.788	93	34	0%
2.4.4.	Ostalo (kulturni spomenici)	150	2.000	0	0	0	0	0	0%
3.	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	280.084	243.717	0	0	0	0	0	0%
3.1.	Model a - opća ponuda destinacije	9.000	25.387	0	0	0	0	0	0%
3.2.	Model b - Smještajna ponuda	67.935	101.549	0	0	0	0	0	0%
3.3.	Model c - Ostali oblici turističke ponude	0	0	0	0	0	0	0	0%
3.4.	Avioprijevoznici	111.732	91.394	0	0	0	0	0	0%
3.5.	Destinacijski razvojni projekti / FC Bayern Munchen	91.417	25.387	0	0	0	0	0	0%
4.	OPĆE OGLAŠAVANJE (tisak, TV, radio)	40.755	42.072	25.801	31.631	32.710	103	80	2%
4.1.	Samostalno oglašavanje	29.965	30.000	20.000	20.000	20.479	102	68	1%
4.2.	Klaster oglašavanje	6.178	6.000	0	6.156	6.156	100	100	0%
4.3.	Ostalo	4.612	6.072	5.801	5.475	6.075	111	132	0%
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	38.906	40.000	3.000	3.000	2.918	97	7	0%
1.	SAJMOVI I PREZENTACIJE	29.350	30.000	1.000	1.000	762	76	3	0%
2.	DISTRIBUCIJA PROMO MATERIJALA	702	1.000	0	0	0	0	0	0%
3.	STUDIJSKA PUTOVANJA	8.854	9.000	2.000	2.000	2.156	108	24	0%
3.1.	Agencije	1.899	2.000	0	0	0	0	0	0%
3.2.	Novinari	6.955	7.000	2.000	2.000	2.156	108	31	0%
V.	INTERNI MARKETING	21.518	40.000	11.000	11.876	14.458	122	67	1%
1.	EDUKACIJA I BENCHMARKING	5.981	20.000	5.000	5.000	5.238	105	88	0%
2.	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	2.145	2.000	2.000	2.000	1.732	87	81	0%
3.	NAGRADE I PRIZNANJA	8.392	10.000	4.000	4.876	7.489	154	89	0%
3.1.	Najljepše okućnice	5.174	8.000	3.000	3.500	4.413	126	85	0%
3.2.	Ostalo	3.218	2.000	1.000	1.376	3.076	224	96	0%
4.	NATJEČAJI / Prijave na turističke nagrade	0	3.000	0	0	0	0	0	0%
5.	STUDIJA RAZVOJA TURIZMA U NOVIGRADU	5.000	5.000	0	0	0	0	0	0%
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	160.496	138.155	130.000	190.375	192.398	101	120	12%
1.	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	8.000	20.000	30.000	52.000	47.000	90	588	3%
2.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	15.689	5.000	0	0	0	0	0	0%
3.	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	0	1.000	0	0	0	0	0	0%
4.	WEB KAMERA	0	2.000	0	375	375	100	0	0%
5.	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	26.649	50.000	50.000	85.000	91.116	107	342	6%
6.	TZIŽ - Novi komunikacijski koncept Big Idea	10.158	10.155	0	0	0	0	0	0%
7.	MARKETINŠKA STRATEGIJA	100.000	50.000	50.000	53.000	53.908	102	54	3%
VII.	POSEBNI PROGRAMI	29.000	25.000	4.000	29.000	29.000	100	100	2%
1.	Sponzorstvo Hrvatske Blues snage	29.000	25.000	4.000	29.000	29.000	100	100	2%
VIII.	OSTALO	21.963	47.000	20.000	15.000	18.000	120	82	1%
1.	Pomoći i donacije	11.963	17.000	5.000	3.000	1.000	33	8	0%
2.	Sponzorstvo Giovanni Cernogoraz	10.000	10.000	5.000	5.000	10.000	200	100	1%
3.	Donacija za ambulante	0	20.000	10.000	7.000	7.000	100	0	0%
IX.	TROŠKOVI KREDITA	0	10.000	0	0	0	0	0	0%
	Greška u knjiženju sponzorstva - put u Memphis	25.000	0	0	0	0	0	0	0%
	SVEUKUPNO IZDACI	4.617.879	4.927.848	1.614.738	1.792.063	1.608.984	90	39	101%
	Amortizacija	7.754	25.000	5.000	5.000	6.767	135	87	0%
	SVEUKUPNO RASHODI	4.615.503	4.937.848	1.614.258	1.791.583	1.598.539	89	35	100%
	SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE	238.429	0	-194.258	178.555	531.447	298	223	33%
	POKRIVANJE MANJKA / PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU	199.738	199.738	0	378.293	731.185	193	366	46%

Novigrad, 23.02.2021.

Ur. broj: 27/2020