



Charming Istria

TURISTIČKA ZAJEDNICA  
GRADA NOVIGRADA-CITTANOVA

Mandrač 29a,  
52466 Novigrad [Istria/HR]  
OIB: 87765626651

Tel. ++385 (0)52 757 075  
e-mail: info@novigrad-cittanova.hr

## Izmjene i dopune godišnjeg Programa rada Turističke zajednice grada Novigrada – Cittanova za 2021. godinu

Novigrad, prosinac 2021.

Zbog globalne pandemije koronavirusa koja je započela 2020. godine i uzrokovala gospodarsku krizu, kako za Hrvatsku, tako i za cijeli svijet, za 2021. godinu predviđalo se ostvarenje turističkog prometa na razini od 60% u odnosu na 2019. godinu.

Međutim, iako je pandemija bila prisutna i ove godine što je ponovo dovelo do ograničavanja putovanja, glavna turistička sezona bila je puno bolja od očekivanja, te je stoga ostvaren i bolji financijski rezultat.

Ukupni planirani prihodi TZ-a za 2021. godinu, sukladno predloženim izmjenama i dopunama financijskog plana, procjenjuju se na 3.867.185 kuna, što u odnosu na inicijalno planirane prihode predstavlja povećanje od 40 posto.

Iako su prihodi veći, ukupno planirani rashodi TZ-a, procjenjuju se na 2.476.562 kn, što je 11% manje u odnosu na prvotni plan.

## **I. OČEKIVANI PRIHODI U 2021. GODINI**

Turistička zajednica Grada Novigrada je u devet mjeseci 2021. godine ostvarila ukupan prihod u iznosu od 2.533.367 kn, što je 6% više u odnosu na ukupno planirane prihode. Sukladno navedenom i prema procjenama ukupno očekivanih prihoda do kraja godine, izmjenama i dopunama programa rada i financijskog plana predviđa se ostvarenje ukupnih prihoda u iznosu od 3.867.185 kn, što predstavlja 40% više prihoda u odnosu na prvotni plan. Istovremeno, ukupno očekivani prihodi za 2021. godinu iznose 80% od realiziranih ukupnih prihoda u 2019. godini, dok se u odnosu na lani, očekuje povećanje od 82%.

### **1. PRIHODI OD TURISTIČKE PRISTOJBE**

U devetomjesečnom razdoblju prihodovano je 2.258.822 kn od turističke pristojbe što je 39% više u odnosu na plan. Do kraja godine očekuje se 3.030.000 kn prihoda od turističke pristojbe što čini 70% od ukupno očekivanih prihoda. Od toga se planira 2.480.000 kn prihoda TP od smještajnih objekata te 230.000 kn prihoda TP od nautičkog turizma.

U odnosu na prošlu godinu, to 77% više, dok u odnosu na 2019. godinu, to predstavlja 78% realiziranih prihoda od TP.

Razvidno je da su prihodi od TP na razini ostvarenih noćenja, iako je visina paušalnog iznosa TP koju plaćaju iznajmljivači smanjena na pola, kao i prošle godine. Isto tako, i nautičari (vlasnici plovila) su plaćali 20% niži paušalni iznos TP za osobe koje borave na plovilu.

### **2. PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE**

Turistička zajednica je u 9 mjeseci prihodovala 274.464 kn od turističke članarine što je gotovo cijeli planirani iznos. Do kraja tekuće godine očekuje se 320.000 kn prihoda od turističke članarine, što je 14% više u odnosu na prvotni plan i čini 8% ukupno predviđenih prihoda. U odnosu na prošlu godinu, to je 65% lanjskih prihoda te 59% prihoda iz 2019. godine. Prihodi su manji i zbog odluke MINTS-a kojom su članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu smanjene za 50%.

### **3. PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA NOVIGRADA-CITTANOVA**

Prihodi iz Proračuna očekuju se u iznosu od 62.000 kn i čine 2% u ukupno planiranim prihodima.

### **4. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA**

Do kraja godine očekuje se 40.000 kn prihoda iz Fonda za udružene turističke zajednice, što predstavlja 1% od ukupno planiranih prihoda te u istom iznosu kao i lani..

### **5. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE**

U ovu stavku naveden je točan knjigovodstveni iznos viška prihoda nad rashodima iz 2020. godine koji iznosi 731.185 kn, što je gotovo duplo više nego u prvotnom planu.

## **I. OČEKIVANI RASHODI U 2021. GODINI**

Sukladno očekivanoj realizaciji manje utrošenih sredstava pojedinih stavaka u rashodima, predlaže se smanjenje ukupno planiranih rashoda za 11% s iznosom od 2.476.562 kn. To predstavlja povećanje od 54% u odnosu na lani, te 54% od realizacije rashoda iz 2019. godine.

Stavke planiranih aktivnosti za 2021. godinu uglavnom su ostvarene u nešto smanjenom obujmu u odnosu na plan koji je definiran krajem prošle godine, i to ponovo zbog situacije s pandemijom koja je uzrokovala neizvjesnost u vrijeme predsezona, a time i očekivanih prihoda od turističke pristojbe.

U nastavku slijedi prijedlog izmjena i dopuna financijskog plana za pojedine stavke rashoda koje su izmijenjene u odnosu na plan:

### **1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

Ukupno se za ovu stavku planira trošak od 23.000 kn, što predstavlja 12%-tno smanjenje u odnosu na plan. Od toga, 20.000 kn za izradu komunikacijske strategije i 3.000 kn za mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.

### **2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**

U odnosu na prvotni plan, očekivana sredstva povećana su za 13% i predviđaju se u iznosu od 698.856 kn, što predstavlja 28% ukupno planiranih rashoda.

#### **2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda**

Ukupno predviđeni rashodi planiraju se s iznosom od 101.258 kn i veći su za 16% u odnosu na plan. Stavka je podijeljena na aktivnosti za razvoj ključnih proizvoda Klastera SZ Istre (za razvoj biciklizma, outdoor aktivnosti, gourmet proizvoda i nogometa) čiji su rashodi veći za 23% i na aktivnosti razvoja proizvoda na nivou TZ Novigrada-Cittanova, čiji su rashodi manji za 3%.

#### **2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda**

Za ovu stavku nisu realizirana sredstva u planiranom iznosu od 2.000 kn.

#### **2.3. Podrška razvoju turističkih događanja**

Ukupno očekivani rashodi za realizaciju manifestacija iznose 580.990 kn i veći su za 19% u odnosu na prvotni plan. Od toga, stavka zabavnih manifestacija veća je za 10%, stavka kulturnih manifestacija manja za 11%, sredstva za sportske manifestacije povećana su za 5%, dok su najveća odstupanja ostvarena za realizaciju gastro manifestacija, čiji su rashodi gotovo 3 puta veći od predviđenog iznosa, zbog neplanirane, ali realizirane manifestacije *Wine & Walk by the sea* krajem listopada. Sredstva realizacije troškova za ostale manifestacije predviđaju se s istim iznosom kao u planu, dok su potpore za manifestacije i projekte u organizaciji drugih subjekata veće za 17% u odnosu na plan.

Detaljan popis predviđenih rashoda po pojedinim stavkama realiziranih manifestacija nalazi se u nastavku ovog materijala.

#### **2.4. Turistička infrastruktura**

U ovu stavku uvršteni su troškovi uređenja i održavanja biciklističkih i pješačkih staza za što se očekuje rashod od 12.064 kn, što je za 69% manje od planiranog zbog odgode uređenja pješačke staze kod ušća rijeke Mirne.

#### **2.5. Podrška turističkoj industriji**

Planira se realizacija troškova s iznosom od 4.544 kn, sukladno planu, za realizaciju i promociju turističke ponude privatnih subjekata povodom obilježavanja Svjetskog dana turizma.

### **3. KOMUNIKACIJE I OGLAŠAVANJE**

U ovu stavku uvrštene su i sljedeće aktivnosti: definiranje branding sustava, oglašavanje, sajmovi i prezentacije, suradnja s organizatorima putovanja, kreiranje promotivnog materijala, kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka te turističko-informativne aktivnosti.

Očekivana sredstva za komunikaciju i oglašavanje smanjena su za 23% u odnosu na plan i očekuju se u iznosu od 741.507 kn, što predstavlja 30% ukupno očekivanih rashoda. U ovoj stavci objedinjene su najbitnije aktivnosti koje je Turistička zajednica provodila, a to se odnosi na digitalni marketing i izradu nove web stranice destinacije Novigrad. Odstupanja u odnosu na plan realizirana su zbog manje utrošenih sredstva za tisak promotivnih materijala, za izradu web stranice i za izradu foto i video produkcije.

#### **3.1. Definiranje branding sustava**

Ova stavka uključuje aktivnosti vezane uz definiranje i implementaciju branding sustava i brand arhitekture destinacije, sukladno projektu izrade brand identiteta destinacije Novigrad. U sklopu toga, realizirana je grafička priprema plakata, oglasa i dr. za implementaciju novog brenda na razne promotivne materijale. Očekivana sredstva manja su za 3% u odnosu na plan i iznose 29.000 kn.

#### **3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda**

U ovu stavku ulaze aktivnosti izbora tržišta i proizvoda koje želimo promovirati te definiranje kanala oglašavanja, zakup medijskog prostora, itd. Također, stavka uključuje troškove za posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima te prigodne kampanje, kao i offline i online oglašavanje te komunikaciju na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije.

Oglašavanje se provodilo u najvećoj mjeri na domaćem tržištu, zatim na njemačkom, austrijskom, talijanskom i slovenskom tržištu. U svim oglasima istaknute su posebnosti Novigrada kao turističke destinacije.

U stavku su uvršteni troškovi za opće oglašavanje (tisak, TV, radio) s iznosom od 46.000 kn, troškovi za internet oglašavanje u iznosu 50.000 kn te troškovi kampanje za promociju novog brenda u iznosu 30.000 kn. Ukupno očekivani rashodi za oglašavanje iznose 126.000 kn i veći su za 3% u odnosu na prvotni plan.

#### **3.3. Odnosi s javnošću (PR)**

Odnosi s javnošću odnose se na globalni i domaći PR, a uključuje PR aktivnosti na emitivnom i domaćem tržištu, posebne PR projekte, pressclipping i analizu medijskih i online objava na inozemnom i domaćem tržištu te studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ.

Ukupno očekivani troškovi veći su za 2% u odnosu na plan te iznose 46.000 kn.

#### **3.4. Marketinške i poslovne suradnje – Udruženo oglašavanje sa TZIŽ**

Ove aktivnosti obuhvaćaju strateške projekte i marketinške suradnje s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl. a cilj ovih marketinških suradnji je jačanje prepoznatljivosti turističkog brenda kroz udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i predstavnicima turističke ponude.

TZG Novigrada-Cittanova sudjeluje s ostalim istarskim turističkim zajednicama u provedbi Strateškog marketing plana Istre kroz aktivnosti udruženog oglašavanja.

U 2021. godini u planu je sufinanciranje SMP-a s iznosom od 118.800 kuna, što je trećina sredstava izdvojenih u 2019. godini.

### **3.5. Sajmovi, prezentacije i radionice**

Očekivana sredstva se predviđaju za prezentaciju novog brenda i promotivnih filmova u iznosu od 15.000 kn, što je 5.000 kn više od prvotnog plana.

### **3.6. Suradnja s organizatorima putovanja**

Sredstava se planiraju za pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om. Očekivani rashodi manji su za 37% u odnosu na plan i iznose 5.000 kn.

### **3.7. Kreiranje promotivnog materijala**

U stavku su uvršteni troškovi za pripremu i tisak brošura koji se predviđaju s iznosom od 13.100 kn što je 61% manje od plana zbog odgode tiska plana grada, mjesečnih programa događanja i mapa i vrećica, te troškovi izrade i otkupa suvenira i promotivnih materijala u predviđenom iznosu od 20.000 kn, 25% više od plana.

### **3.8. Internetske stranice**

Stavka podrazumijeva razvoj i održavanje web stranice, te upravljanje sadržajem na internetskim stranicama. Planom je definiran iznos za izradu nove web stranice destinacije Novigrad koji je zbog odgode izrade smanjen za 80% i iznosi 30.000 kn, te održavanje klsterske web strane u iznosu 30.000 kn.

### **3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka**

U ovu stavku uključene su aktivnosti uspostavljanja detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji, zatim otkup sadržaja, fotografija, video materijala i ostalih podataka te priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi u regionalnu turističku zajednicu i HTZ.

Za izradu i otkup sadržaja za objave očekuje se iznos od 10.000 kn (50% manje od plana), za otkup fotografija 20.000 kn (67% manje od plana) i za otkup video materijala 25.000 kn (58% manje od plana).

### **3.10. Turističko-informativne aktivnosti**

U stavku komunikacija i oglašavanje spadaju i turističko-informativne aktivnosti. One obuhvaćaju upravljanje TIC-evima (svi troškovi za funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključujući plaće turističkih informatora), upravljanje Centrima za posjetitelje, postavljanje info punktova i održavanje turističke signalizacije samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave.

#### **3.10.1. Turističko informativni centar (TIC)**

U sklopu TZG Novigrada-Cittanova djeluje Turističko informativni centar koji je otvoren cijele godine, a tijekom 4 do 6 mjeseci zbog povećanja obujma poslovanja te cjelodnevnog rada ureda zapošljavaju se još dvije osobe za sezonske poslove, ove godine od sredine svibnja odnosno kraja lipnja.

Ukupno predviđena sredstva veća su za 2% u odnosu na plan i iznose 196.298 kn.

### **3.10.2. Turistička signalizacija**

Ukupno predviđen iznos turističke signalizacije povećan je za 32% i iznosi 83.209 kn zbog većih realiziranih rashoda za zamjenu dotrajale ili uništene turističke (smeđe) signalizacije.

### **3.10.3. Web kamere**

U stavku turističko-informativne aktivnosti uvršteni su troškovi održavanja web kamera na 4 lokacije: gradska riva Mandrač, glavni gradski trg, područje Porporele te gradska plaža Karpinjan. Očekivani iznos rashoda nije se mijenjao i iznosi 7.200 kn.

## **4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**

Destinacijski menadžment usmjeren je na aktivnosti upravljanja kvalitetom u destinaciji i poticanje na očuvanje i uređenje okoliša.

Očekivani rashodi za destinacijski menadžment iznose 283.000 kn i manji su za 22% zbog nerealizirane aktivnosti uvođenja atrakcija. Ukupno predviđena sredstva ove stavke čine 11% ukupno planiranih rashoda.

### **4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije**

Ova stavka podrazumijeva aktivnosti sudjelovanja u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima za što nisu realizirani rashodi.

### **4.2. Stručni skupovi i edukacije**

Ova grupa poslova podrazumijeva edukativne radionice i seminare za predstavnike turističke industrije, edukativne radionice i seminare za sustav turističkih zajednica te stručne skupove dionika turističke aktivnosti. Predviđena sredstva smanjena su za 80% i planiraju se s iznosom od 2.000 kn.

### **4.3. Koordinacija i nadzor**

Stavka obuhvaća usklađivanje planskih aktivnosti i nadzor planskih i izvještajnih dokumenata lokalnih turističkih zajednica u iznosu od 2.000 kn, sukladno planu.

### **4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji**

Stavka podrazumijeva sustav nagrađivanja i priznanje postignućima u turizmu, a rashodi su uglavnom utrošeni za tradicionalnu akciju nagrađivanja uređenih okućnica i balkona te od ove godine i nagradu za privatne subjekte u tri kategorije: bar, restoran i trgovina. Predviđeni rashodi veći su za 29% i iznose 9.000 kn.

### **4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije**

U svrhu poboljšanja uvjeta boravka gostiju u destinaciji, s ciljem unapređenja kvalitete urbanog prostora u starom gradu, u suradnji s Gradom planirana su sredstva za uređenje starogradske jezgre, odnosno za popločenje ulica u starom gradu. Zbog gospodarske krize i odgode projekta popločenja ulica, sredstva su prenamijenjena za sadnju drvoreda na glavnoj prometnici uz šetnicu prema Salveli te za postavljanje rasvjete na šetnici u Dajli. Ukupno se za ove investicije planira realizacija troškova u iznosu od 200.000 kn, prema prvotnom planu.

Nadalje, u navedenu stavku ulaze aktivnosti uređenja mjesta kroz suradnju sa subjektima javnog i privatnog sektora za bolje funkcioniranje i podizanje dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi. Sredstva su korištena za projekt kontrole i suzbijanja populacije galebova, za izradu i postavljanje kabina za presvlačenje na dvije plaže, za potrebe testiranja turista i za ostale

potrebe u suradnji s Gradom i gradskim komunalnim poduzećem Neapolis. Predviđeni iznos povećan je za 60% i iznosi 40.000 kn.

Od ostalih aktivnosti za očuvanje i uređenje destinacije, sredstva su utrošena za ekološke akcije čišćenja okoliša i podmorja, čišćenje plaža, održavanja parkova i dr. za što se predviđa rashod od 30.000 kn što je dvostruko više od planiranog.

Ukupno očekivani rashodi manji su za 21% u odnosu na prvotni plan te iznose 270.000 kn.

## **5. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

U administrativne rashode svrstani su svi poslovi ureda turističke zajednice kao ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada TZ-a što predstavlja 30% ukupno predviđenih rashoda.

Turistički ured je tijekom 2021. godine efikasno obavljao sve stručne i administrativne poslove TZ-a sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutu TZG-a koji je usvojen u rujnu prošle godine. Sukladno tome, Ured TZ-a provodio je sve potrebne poslove za izvršenje zadataka sukladno Zakonu i Programu rada TZ-a za 2021. godinu.

Administrativni rashodi očekuju se u ukupnom iznosu od 742.746 kn, što je 12% više od prvotnog plana uglavnom zbog više realiziranih rashoda za plaće.

## **6. REZERVA**

Do 5% ukupnih planiranih prihoda može se predvidjeti kao rezerva. Rezerva se koristi za potrebe osiguranja likvidnosti te financiranja neplaniranih aktivnosti. Sredstva rezerve planirana su u iznosu 107.000 kn i nisu korištena.

## **PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU**

Ukupno se predviđa 1.390.623 kn viška prihoda nad rashodima (uz preneseni višak iz 2020. godine u iznosu 731.184 kn), koji će biti prikazan u planu prihoda za 2022. godinu.

## Ostvarenje financijskog plana do 30.09.2021. i prijedlog rebalansa za 2021. godinu:

- U kn, bez lipa

	PRIHODI	Ostvarenje 2020	Plan 2021	Realizacija 30.09.2021	Rebalans plana 2021	Indeks Rebalans/ Plan 2021	Udio %
1.	<b>Izvorni prihodi</b>	<b>2.024.937</b>	<b>2.230.000</b>	<b>2.533.286</b>	<b>3.030.000</b>	<b>136</b>	<b>78%</b>
1.1.	<b>Turistička pristojba ukupno</b>	<b>1.530.870</b>	<b>1.950.000</b>	<b>2.258.822</b>	<b>2.710.000</b>	<b>139</b>	<b>70%</b>
1.1.1.	Turistička pristojba	1.338.709	1.850.000	2.104.623	2.480.000	134	64%
1.1.2.	Turistička pristojba iz nautičkog turizma	192.161	100.000	154.199	230.000	230	6%
1.2.	<b>Turistička članarina</b>	<b>494.067</b>	<b>280.000</b>	<b>274.464</b>	<b>320.000</b>	<b>114</b>	<b>8%</b>
2.	<b>Prihodi iz proračuna grada</b>	<b>54.000</b>	<b>130.000</b>	<b>0</b>	<b>62.000</b>	<b>48</b>	<b>2%</b>
3.	<b>Prihodi od sustava turističkih zajednica</b>	<b>23.005</b>	<b>40.000</b>	<b>0</b>	<b>40.000</b>	<b>100</b>	<b>1%</b>
4.	<b>Prihodi iz EU fondova</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
5.	<b>Prihodi od gospodarske djelatnosti</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3.000</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
6.	<b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>	<b>0</b>	<b>370.000</b>	<b>0</b>	<b>731.185</b>	<b>198</b>	<b>19%</b>
7.	<b>Ostali prihodi</b>	<b>28.044</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.000</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.129.986</b>	<b>2.770.000</b>	<b>2.533.286</b>	<b>3.867.185</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>
	RASHODI	Ostvarenje 2020	Plan 2021	Realizacija 30.09.2021	Rebalans plana 2021	Indeks Rebalans/ Plan 2021	Udio %
1.	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>53.908</b>	<b>26.000</b>	<b>20.000</b>	<b>23.000</b>	<b>88</b>	<b>1%</b>
1.1.	Izrada strateških/komunikacijskih dokumenata	53.908	20.000	20.000	20.000	100	1%
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	3.000	0	0	0	0%
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0	3.000	0	3.000	100	0%
2.	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>379.117</b>	<b>620.000</b>	<b>526.541</b>	<b>698.856</b>	<b>113</b>	<b>28%</b>
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	75.414	87.000	80.323	101.258	116	4%
2.1.1.	<b>Razvoj proizvoda klaster</b>	<b>63.683</b>	<b>65.000</b>	<b>61.723</b>	<b>80.000</b>	<b>123</b>	<b>3%</b>
2.1.1.1.	Bike	15.701	15.000	13.647	20.000	133	1%
2.1.1.2.	Outdoor	10.151	10.000	9.457	15.000	150	1%
2.1.1.3.	Gourmet	12.831	15.000	13.619	20.000	133	1%
2.1.1.4.	Nogomet	25.000	25.000	25.000	25.000	100	1%
2.1.2.	<b>Razvoj proizvoda TZG</b>	<b>11.731</b>	<b>22.000</b>	<b>18.600</b>	<b>21.258</b>	<b>97</b>	<b>1%</b>
2.1.2.1.	Novigradski suveniri	0	5.000	7.702	10.000	200	0%
2.1.2.2.	Gallerion	7.000	7.000	10.010	10.010	143	0%
2.1.2.3.	Turistički razgled Novigrada	0	5.000	888	360	7	0%
2.1.2.4.	Put vinara	4.731	5.000	0	888	18	0%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0	2.000	0	0	0	0%
2.3.	<b>Podrška razvoju turističkih događanja</b>	<b>298.703</b>	<b>487.000</b>	<b>437.343</b>	<b>580.990</b>	<b>119</b>	<b>23%</b>
2.3.1.	<b>Zabavne manifestacije</b>	<b>167.921</b>	<b>330.000</b>	<b>318.343</b>	<b>363.293</b>	<b>110</b>	<b>15%</b>
2.3.1.1.	Lunasa	0	50.000	58.238	60.000	120	2%
2.3.1.2.	Čarobni Novigrad	0	20.000	0	0	0	0%
2.3.1.3.	Fešta Sv. Pelagija	16.672	100.000	72.991	103.000	103	4%
2.3.1.4.	Fešta Sv. Ivana Krstitelja Dajla	0	20.000	11.131	11.685	58	0%
2.3.1.5.	Glazba na svakom kutku	45.940	40.000	73.357	75.000	188	3%
2.3.1.6.	Maškare	28.352	0	0	0	0	0%
2.3.1.7.	Novigradske božićne radosti	22.051	0	0	10.000	0	0%
2.3.1.8.	Goodbye	19.569	0	0	0	0	0%
2.3.1.9.	Slovenska noć	0	0	0	0	0	0%
2.3.1.10.	Piazza grande music nights	0	0	0	0	0	0%
2.3.1.11.	Prvomajski piknik	0	10.000	0	0	0	0%
2.3.1.12.	Večer uličnih čarobnjaka - Kids' day	23.036	30.000	42.668	42.668	142	2%
2.3.1.13.	Movie nights	0	30.000	0	0	0	0%
2.3.1.14.	Jazz Corner	6.026	20.000	23.940	23.940	120	1%
2.3.1.15.	Ostale zabavne manifestacije	6.275	10.000	36.018	37.000	370	1%
2.3.2.	<b>Kulturne manifestacije</b>	<b>9.015</b>	<b>40.000</b>	<b>25.284</b>	<b>35.784</b>	<b>89</b>	<b>1%</b>
2.3.2.1.	Slikarski ex-tempore	0	10.000	20.784	20.784	208	1%
2.3.2.2.	MFF: Novo kino Novigrad	0	5.000	0	0	0	0%
2.3.2.3.	Istria Folk Fest	0	5.000	0	0	0	0%
2.3.2.4.	Glazbene večeri u lodi Belveder	0	10.000	0	0	0	0%
2.3.2.5.	Ostale kulturne manifestacije	9.015	10.000	4.500	15.000	150	1%
2.3.3.	<b>Sportske manifestacije</b>	<b>96.770</b>	<b>59.000</b>	<b>50.006</b>	<b>61.690</b>	<b>105</b>	<b>2%</b>
2.3.3.1.	Alpen Adria Swim Cup	0	20.000	18.937	20.000	100	1%
2.3.3.2.	Istria Granfondo Family & Gourmet Tour	0	10.000	0	0	0	0%
2.3.3.3.	Novigrad-Cittanova Run	0	10.000	0	0	0	0%
2.3.3.4.	Transadriatica regata	0	0	0	0	0	0%
2.3.3.5.	Cheer leading camp	0	0	0	0	0	0%
2.3.3.6.	Prvomajski MTB maraton	0	0	0	0	0	0%
2.3.3.7.	Prvenstvo mažoretkinja	0	10.000	17.690	17.690	177	1%
2.3.3.8.	Ostale sportske manifestacije	96.770	9.000	13.379	24.000	267	1%



	RASHODI	Ostvarenje 2020	Plan 2021	Realizacija 30.09.2021	Rebalans plana 2021	Indeks Rebalans/ Plan 2021	Udio %
<b>2.3.4.</b>	<b>Gastro manifestacije</b>	<b>0</b>	<b>33.000</b>	<b>27.057</b>	<b>92.670</b>	<b>281</b>	<b>4%</b>
2.3.4.1.	Taste & Town	0	20.000	0	0	0	0%
2.3.4.2.	Wine & Walk by the sea	0	0	9.367	75.000	0	3%
2.3.4.3.	Park Food Fest	0	0	0	0	0	0%
2.3.4.4.	Che gusto	0	10.000	17.690	17.670	177	1%
2.3.4.5.	Ostale gastro manifestacije	0	3.000	0	0	0	0%
<b>2.3.5.</b>	<b>Ostale manifestacije</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>0</b>	<b>10.000</b>	<b>100</b>	<b>0%</b>
<b>2.3.6.</b>	<b>Potpore manifestacijama i projektima</b>	<b>14.997</b>	<b>15.000</b>	<b>16.653</b>	<b>17.553</b>	<b>117</b>	<b>1%</b>
2.3.6.1.	Muzej Lapidarium - Arterija	5.000	5.000	7.553	7.553	151	0%
2.3.6.2.	Ostalo	9.997	10.000	9.100	10.000	100	0%
2.3.6.3.	TZIŽ 5 PPS Experiences	0	0	0	0	0	0%
<b>2.4.</b>	<b>Turistička infrastruktura</b>	<b>5.000</b>	<b>39.200</b>	<b>4.331</b>	<b>12.064</b>	<b>31</b>	<b>0%</b>
2.4.1.	Uređenje i održavanje biciklističkih staza	5.000	10.000	4.331	10.000	100	0%
2.4.2.	Uređenje i održavanje pješačkih staza	0	29.200	0	2.064	7	0%
<b>2.5.</b>	<b>Podrška turističkoj industriji</b>	<b>0</b>	<b>4.800</b>	<b>4.544</b>	<b>4.544</b>	<b>95</b>	<b>0%</b>
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>406.181</b>	<b>966.000</b>	<b>401.436</b>	<b>741.507</b>	<b>77</b>	<b>30%</b>
<b>3.1.</b>	<b>Definiranje branding sustava</b>	<b>0</b>	<b>30.000</b>	<b>29.000</b>	<b>29.000</b>	<b>97</b>	<b>1%</b>
<b>3.2.</b>	<b>Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda</b>	<b>42.710</b>	<b>122.000</b>	<b>100.308</b>	<b>126.000</b>	<b>103</b>	<b>5%</b>
3.2.1.	Opće oglašavanje (tisak, TV, radio)	32.710	42.000	33.711	46.000	110	2%
3.2.2.	Internet oglašavanje	10.000	50.000	36.597	50.000	100	2%
3.2.3.	Kampanja za promociju destinacije	0	30.000	30.000	30.000	100	1%
<b>3.3.</b>	<b>Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR</b>	<b>15.748</b>	<b>45.000</b>	<b>11.786</b>	<b>46.000</b>	<b>102</b>	<b>2%</b>
<b>3.4.</b>	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	<b>0</b>	<b>118.800</b>	<b>0</b>	<b>118.800</b>	<b>100</b>	<b>5%</b>
3.4.1.	Udruženo oglašavanje TZIŽ	0	118.800	0	118.800	100	5%
3.4.2.	Ostalo	0	0	0	0	0	0%
<b>3.5.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>	<b>762</b>	<b>10.000</b>	<b>0</b>	<b>15.000</b>	<b>150</b>	<b>1%</b>
<b>3.6.</b>	<b>Suradnja s organizatorima putovanja</b>	<b>2.156</b>	<b>8.000</b>	<b>3.426</b>	<b>5.000</b>	<b>63</b>	<b>0%</b>
<b>3.7.</b>	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>	<b>7.814</b>	<b>50.000</b>	<b>28.681</b>	<b>33.100</b>	<b>66</b>	<b>1%</b>
3.7.1.	Brošure i ostali tiskani materijali	463	34.000	9.606	13.100	39	1%
3.7.1.1.	Bike karte	0	8.000	8.600	8.600	108	0%
3.7.1.2.	Plan grada / Kulturni vodič	0	15.000	0	0	0	0%
3.7.1.3.	Mjesečni programi	0	2.000	0	0	0	0%
3.7.1.4.	Mape i vrećice	0	6.000	0	0	0	0%
3.7.1.5.	Ostali tiskani materijali	463	3.000	1.006	4.500	150	0%
3.7.2.	Suvenir i promo materijali	7.351	16.000	19.075	20.000	125	1%
<b>3.8.</b>	<b>Internetske stranice</b>	<b>27.406</b>	<b>180.000</b>	<b>27.630</b>	<b>60.000</b>	<b>33</b>	<b>2%</b>
3.8.1.	Web stranica Novigrad	5.459	150.000	0	30.000	20	1%
3.8.2.	Web stranica klastera	21.947	30.000	27.630	30.000	100	1%
<b>3.9.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>	<b>138.116</b>	<b>140.000</b>	<b>22.100</b>	<b>55.000</b>	<b>39</b>	<b>2%</b>
3.9.1.	Izrada i otkup sadržaja za objave	0	20.000	0	10.000	50	0%
3.9.2.	Izrada i otkup fotografija	47.000	60.000	8.825	20.000	33	1%
3.9.3.	Izrada i otkup video materijala	91.116	60.000	13.275	25.000	42	1%
<b>3.10.</b>	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	<b>171.469</b>	<b>262.200</b>	<b>178.505</b>	<b>286.707</b>	<b>109</b>	<b>12%</b>
3.10.1.	Troškovi TIC-a (funkcioniranje TIC-a uključujući plaće tur. informatora)	143.555	192.000	128.504	196.298	102	8%
3.10.1.1.	Izdaci za zaposlene	116.859	165.000	98.581	150.000	91	6%
3.10.1.2.	Izdaci za usluge	3.951	7.000	16.753	22.000	314	1%
3.10.1.3.	Materijalni izdaci	14.107	10.000	8.511	12.000	120	0%
3.10.1.4.	Sitan inventar	1.560	2.000	2.613	4.540	227	0%
3.10.1.5.	Nabava imovine	0	5.000	0	5.000	100	0%
3.10.1.6.	Ostali rashodi	7.078	3.000	2.046	2.758	92	0%
3.10.2.	Turistička signalizacija	27.539	63.000	45.201	83.209	132	3%
3.10.2.1.	Smeđa signalizacija	11.733	10.000	30.209	30.209	302	1%
3.10.2.2.	Table dobrodošlice	13.018	50.000	13.157	50.000	100	2%
3.10.2.3.	City lights - info table	2.788	3.000	1.835	3.000	100	0%
3.10.2.4.	Ostalo (kulturni spomenici, pješačke staze i dr.)	0	0	0	0	0	0%
3.10.3.	Web kamera	375	7.200	4.800	7.200	100	0%
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>92.008</b>	<b>361.000</b>	<b>162.473</b>	<b>283.000</b>	<b>78</b>	<b>11%</b>
<b>4.1.</b>	<b>Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor</b>	<b>0</b>	<b>2.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>4.2.</b>	<b>Stručni skupovi, edukacije i benchmarking</b>	<b>5.238</b>	<b>10.000</b>	<b>1.738</b>	<b>2.000</b>	<b>20</b>	<b>0%</b>
<b>4.3.</b>	<b>Koordinacija i nadzor</b>	<b>1.732</b>	<b>2.000</b>	<b>1.524</b>	<b>2.000</b>	<b>100</b>	<b>0%</b>
<b>4.4.</b>	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji - nagrade i priznanja</b>	<b>7.489</b>	<b>7.000</b>	<b>5.527</b>	<b>9.000</b>	<b>129</b>	<b>0%</b>
<b>4.5.</b>	<b>Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije</b>	<b>77.549</b>	<b>340.000</b>	<b>153.684</b>	<b>270.000</b>	<b>79</b>	<b>11%</b>
4.5.1.	Uređenje destinacije	25.875	200.000	119.168	200.000	100	8%

	RASHODI	Ostvarenje 2020	Plan 2021	Realizacija 30.09.2021	Rebalans plana 2021	Indeks Rebalans/ Plan 2021	Udio %
4.5.2.	Uvođenje atrakcija	0	100.000	0	0	0	0%
4.5.3.	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	47.000	25.000	34.065	40.000	160	2%
4.5.4.	Ostalo (ekološke acije, svlačionice i dr.)	4.674	15.000	451	30.000	200	1%
<b>5.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>677.770</b>	<b>690.000</b>	<b>562.928</b>	<b>742.746</b>	<b>108</b>	<b>30%</b>
5.1.	Plaće	493.014	487.000	410.396	545.000	112	22%
5.2.	Materijalni troškovi	182.062	193.000	152.532	187.746	97	8%
5.2.1.	Izdaci za usluge	116.985	120.000	104.365	120.000	100	5%
5.2.2.	Materijalni izdaci	24.364	20.000	15.236	20.000	100	1%
5.2.3.	Sitan inventar	1.039	2.000	5.428	6.400	320	0%
5.2.4.	Nabava imovine	5.480	10.000	0	5.000	50	0%
5.2.5.	Reprezentacija	9.965	15.000	4.877	12.000	80	0%
5.2.6.	Premije osiguranja	14.107	14.000	14.346	14.346	102	1%
5.2.7.	Ostali rashodi	10.122	12.000	8.280	10.000	83	0%
5.3.	Tijela turističke zajednice	2.694	10.000	0	10.000	100	0%
<b>6.</b>	<b>REZERVA</b>	<b>0</b>	<b>107.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
	Greška u knjiženju sponzorstva	0	0	0	0	0	0%
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>1.608.984</b>	<b>2.770.000</b>	<b>1.673.378</b>	<b>2.489.109</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>
	Amortizacija	6.767			9.053	0	0%
	<b>UKUPNO RASHODI (knjigovodstveni prikaz - bez imovine)</b>	<b>1.598.539</b>			<b>2.476.562</b>	<b>0</b>	
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI - SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>531.447</b>	<b>0</b>	<b>859.908</b>	<b>1.390.623</b>	<b>0</b>	
	<b>PROKRIVANJE MANJKA/PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU</b>	<b>731.184</b>			<b>1.390.623</b>		

Novigrad, 8.12.2021.

Ur. broj 218/2021