



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

GODIŠNJI PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NOVIGRADA – CITTANOVA ZA 2022. GODINU

Novigrad, prosinac 2021.

UVOD

Unatoč pandemiji koja je i dalje prisutna u Europi i u cijelom svijetu, Hrvatska je i ove godine bila jedna od najuspješnijih destinacija južne Europe i Mediterana. Pokazalo se da su ljudi željni putovanja i odmora u njima bližim i sigurnim destinacijama, a Istra se pokazala kao zaista sigurna i poželjna turistička destinacija. Upravo je sigurnost jedan od glavnih faktora uspjeha ove turističke sezone i svakako će i ubuduće čimbenik sigurnosti biti jedan od osnovnih preduvjeta u donošenju konačne odluke o putovanjima. Kretanje turističkih putovanja će i dalje ovisiti o epidemiološkoj situaciji pojedine zemlje.

Naše buduće aktivnosti ćemo još snažnije usmjeriti u digitalne kanale promocije s fokusom na tržište Njemačke, Slovenije, Austrije, Italije, ali i Poljske, Češke, Mađarske i dr. Također, s obzirom da u se očekuje daljnji rast domaćeg turizma u ukupnom rezultatu, planiramo i snažniju promociju turizma prema domaćim gostima.

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Novigrada-Cittanova, polazište je u osnovnim ciljevima turističke zajednice koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

- 1. Razvoj i marketing destinacije** kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.
- 2. Osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa** kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.
- 3. Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji** te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Ciljevi poslovanja u 2022. godini jesu:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za 20% u odnosu na 2021. godinu, odnosno dostići 94% prometa iz 2019. godine;
- Povećanje broja dolazaka i noćenja tijekom čitave godine, a posebice u pred i posezoni s fokusom na tržišta iz Njemačke, Austrije, Italije i Slovenije;
- Razvoj ključnih proizvoda i jačanje njihove pozicije na tržištu;
- Jačanje digitalnih marketinških akcija uz suvremene tehnološke trendove;
- Pozicioniranje Novigrada kao sigurne i kvalitetne obiteljske destinacije okrenute aktivnom odmoru i umjerenom hedonizmu;
- Valorizacija ribarske i pomorske tradicije.
- Nastavak implementacije novog brenda;
- Izrada novih promotivnih materijala;
- Ulaganje u poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji kroz projekt popločenja ulica u starogradskoj jezgri, sadnje drvoreda, uređenje biciklističkih i pješačkih staza, te razvoj novih atrakcija na javnim površinama.

Planirane aktivnosti iskazane u Programu rada dobivene su temeljem analize ostvarenih rezultata u 2021. godini, te procjenom vrijednosti u 2022. godini. U programu rada se najprije analizira

ostvareni turistički promet u 2021. godini, a potom analiziraju planirani prihodi i planirani rashodi za 2022. godinu prema novoj metodologiji i standardima planiranja turističkih zajednica.

Prijedlog Programa rada s financijskim planom za 2022. godinu izrađen je i u skladu sa strateškim dokumentima:

- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine;
- Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020.;
- Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025.;
- program ukupnog razvoja Grada Novigrada-Cittanova (PUR);
- Studija Definiranja turističke ponude Novigrada iz 2019. godine;
- Strateško pozicioniranje brenda Novigrad iz 2020. godine.

U očekivanju izrade novih strateških dokumenata na svim razinama (HTZ i TZ Istarske županije), TZG Novigrada-Cittanova prilagođavati će se prema novim strateškim opredjeljenjima.

1. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET I PREDVIĐANJA TURISTIČKIH KRETANJA ZA 2022. GODINU

I ove je godine pandemija uzrokovana virusom COVID-19 bitno utjecala na turistička kretanja, ali u puno manjoj mjeri nego 2020. godine. Uglavnom su najveća ograničenja bila u razdoblju do ožujka, kada su gotovo svi ugostiteljski objekti bili zatvoreni. Nakon toga, kako se popravljala epidemiološka situacija u Europi, tako su se i tržišta polako počela otvarati.

Iako je i ove godine zbog pandemije zabilježen manji turistički promet u odnosu na godinu prije pandemije, ostvareni turistički rezultati su odlični i puno bolji od očekivanog i planiranog. Ove su godine, za razliku od prošle, smještajni i ugostiteljski objekti uglavnom počeli raditi zadnjeg tjedna ožujka, prije Uskrsa (4.4.2021.).

U 11 mjeseci je tako Novigrad ugostio gotovo 170.000 turista i oni su realizirali 1.074.000 noćenja, što je 63% više nego lani u istom periodu. Uspoređujući pak podatke s 2019. godinom, u istom je razdoblju ostvareno 74% dolazaka iz 2019. i 79% noćenja.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 11 mjeseci 2021., 2020. i 2019. godine

Tip smještaja	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Indeks 2021/2020	Indeks 2021/2019	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks 2021/2020	Indeks 2021/2019
Komercijalni	160.150	87.186	218.305	184	73	932.156	486.845	1.154.794	191	81
Nekomercijalni	9.793	17.020	9.995	58	98	111.565	152.445	171.841	73	65
UKUPNO	169.943	104.206	228.300	163	74	1.043.721	639.920	1.326.635	163	79

Uobičajeno najbrojnije goste iz Slovenije ove su godine zamijenili gosti iz Njemačke koji su ostvarili čak 12% više noćenja nego 2019. godine, slijede gosti iz Slovenije, Austrije, Češke i Hrvatske.

Tabela 2. Pregled dolazaka i noćenja po vrsti objekta za 11 mjeseci 2021.

Vrsta smještaja	Dolasci 2021	Indeks 2021/ 2020	Indeks 2021/ 2019	Noćenja 2021	Indeks 2021/ 2020	Indeks 2021/ 2019
Kampovi	70.290	207	80	446.670	225	88
Objekti u domaćinstvu	27.110	149	77	193.040	148	83
Hoteli	41.778	209	61	175.234	226	65
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	20.972	139	77	117.212	145	79
Ukupno komercijalni smještaj	160.150	184	73	932.156	191	81
Nekomercijalni smještaj	9.793	58	98	111.565	73	65
Sveukupno	169.943	163	74	1.043.721	163	79

Od gotovo 170.000 zabilježenih dolazaka, njih 70.300 je boravilo u kampovima s dvostruko većim brojem dolazaka u odnosu na lani, zatim 42.000 u hotelima, 27.000 u privatnom smještaju te 21.000 turista u ostalim objektima za smještaj: pansioni, apartmani, kuće za odmor i odmarališta.

U nekomercijalnom smještaju prijavljeno je 9.800 dolazaka, čak 42% manje u odnosu na lani te 2% manje u odnosu na 2019. godinu.

Tabela 3. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 11 mjeseci 2020. i 2019. godine

Mjesec	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Indeks 2021/ 2020	Indeks 2021/ 2019	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks 2021/ 2020	Indeks 2021/ 2019
Siječanj	103	1.184	930	9	11	1.338	4.508	4.299	30	31
Veljača	237	4.897	4.067	5	6	1.349	13.613	10.237	10	13
Ožujak	922	1.719	7.295	54	13	3.835	5.752	22.302	67	17
Travanj	4.398	20	15.029	21.990	29	16.437	1.630	52.271	1008	31
Svibanj	6.497	2.173	17.760	299	37	24.891	6.553	64.888	380	38
Lipanj	24.576	18.851	40.564	130	61	113.731	83.985	203.523	135	56
Srpanj	46.532	35.392	50.121	131	93	306.853	239.767	368.566	128	83
Kolovoz	49.321	29.843	52.982	165	93	365.029	224.857	392.094	162	93
Rujan	24.446	7.226	24.737	338	99	159.931	46.094	153.263	347	104
Listopad	11.600	2.519	12.212	460	95	45.998	9.975	46.567	461	99
Studeni	1.311	382	2.603	343	50	4.329	2.556	8.625	169	50

Promatrajući pak promet po mjesecima, vidljiv je veliki rast broja dolazaka i noćenja u srpnju, kolovozu, rujnu i listopadu u odnosu na prošlu godinu, kada su svi indeksi bili na preko 93% prometa iz 2019. godine.

U rujnu je čak premašen promet za 5% više noćenja u odnosu na rujnu 2019. godine.

Ono po čemu će se zasigurno pamti ova 3 ljetna mjeseca, bile su velike gužve i ogromna potražnja za ugostiteljskom i drugom turističkom ponudom, što je bilo iznenađujuće obzirom na još uvijek veliki utjecaj nepovoljne epidemiološke situacije u cijelom svijetu.

Sukladno rezultatima iz 2021. godine, realizacija sezone, tržišta te marketinška komunikacija očekuju se kako slijedi:

- Realizacija fizičkog obujma prometa na razini 94% iz 2019. godine, odnosno 20% više od 2021.;
- Nastavak implementacije novog brenda i pozicioniranje Novigrada kao kvalitetne obiteljske destinacije;
- Aktivnosti za razvoj digitalnog marketinga;
- Nastavak aktivnosti za kreiranje novih video i foto materijala;
- Fokus na PR aktivnosti i e-marketing;
- Nastavak aktivnosti za razvoj ključnih i novih proizvoda i sadržaja.

PLAN PRIHODA

Za planiranje izvornih prihoda u narednom razdoblju u obzir su uzeti fizički obujam prometa u tekućoj godini kao i gospodarska i tržišna kretanja imajući u vidu i najave za naredno razdoblje s obzirom na epidemiološku situaciju u svijetu.

1. Izvorni prihodi

Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova svoje prihode ostvaruje pretežito iz **izvornih prihoda** – turističke pristojbe i turističke članarine. Predviđa se da bi izvorni prihodi u 2022. godini iznosili 3.550.000 kn tj. 58% ukupnih prihoda te 88% u odnosu na ostvarenje 2019., odnosno 17% više u odnosu na 2021. godinu.

1.1. Prihodi od turističke pristojbe

Planom za 2022. godinu predviđaju se **prihodi od turističke pristojbe** na bazi ostvarenja 92% prihoda od turističke pristojbe iz 2019. godine u iznosu od 3.200.000 kn, a čine 52% ukupno planiranih prihoda.

U ovu stavku su uvršteni i prihodi turističke pristojbe od komercijalnih i nekomercijalnih objekata za smještaj koji se planiraju s iznosom od 3.000.000 kn što je na nivou 94% od 2019. i 21% više od 2021. s udjelom od 49% u ukupnim prihodima. U istu stavku uvršteni su i prihodi TP od nautičkog turizma u iznosu 200.000 kn, što je 67% od realizacije 2019. i 13% manje od 2021. godine te čini 3% ukupnih prihoda.

1.2. Prihodi od turističke članarine

Zbog većeg obujma poslovanja turističkih subjekata u 2021. godini u odnosu na prethodnu godinu, planiranju se veći **prihodi od turističke članarine** te je procjena da će prihod iznositi 350.000 kn, što je 9% više od očekivane realizacije za 2021. godinu i na 65% iz 2019. godine, s učešćem od 6% u ukupnim prihodima.

2. Prihodi iz proračuna grada

Prihodi iz Proračuna Grada Novigrada-Cittanova planiraju se s iznosom od 300.000 kn za potpore manifestacijama, što je 61% realiziranih prihoda iz 2019. godine i gotovo 4 puta više od 2021. godine, a čini 5% ukupnih prihoda.

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prema novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (članak 53. i 54.) prema kojem se potiče udruživanje turističkih zajednica te raspodjela sredstava iz Fonda za udružene turističke zajednice sukladno posebnim propisima kojima se uređuju turistička pristojba i

članarine u turističkim zajednicama, u prijedlogu plana za 2022. godinu predviđa se prihod iz navedenog fonda u iznosu od 50.000 kn, što predstavlja 1% ukupnih planiranih prihoda.

4. Prihodi iz EU fondova

U ovu stavku navedeni su prihodi za 3 projekta u sklopu FLAG natječaja, a to su:

- Prihodi iz EU fondova u iznosu od 446.220 kn za FLAG natječaj u okviru mjere 2.3.1. "Potpore za aktivnosti promocije, marketinga i očuvanja ribarske/pomorske tradicije i baštine ribarstvenog područja FLAG-a" – FishInNo (sredstva su odobrena)
- Prihodi iz EU fondova u iznosu od 371.054 kn za FLAG natječaj u okviru mjere 4.2.1. "Potpora za aktivnosti usmjerene podizanju svijesti građana o potrošnji i konzumaciji ribe i drugih morskih organizama" – CHE FINO (projekt je odobren)
- Prihodi iz EU fondova u iznosu od 35.875 kn za FLAG natječaj u okviru mjere 2.2.1. „Potpora aktivnostima pokretanja, razvoja i unapređenja dodatnih sadržaja na FLAG području“ – SUB-Novu (projekt je upravo kandidiran)

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prihodi od gospodarske djelatnosti planiraju se u iznosu od 16.228 kn što je na 17% iz 2019. godine.

6. Preneseni prihod iz prethodne godine

Zbog specifične situacije uzrokovane pandemijom i u 2021. godini te posljedično smanjenog trošenja sredstava, prijenos prihoda iz ove godine uz preneseni prihod iz 2020. godine (u iznosu 731.185 kn) predviđa se u iznosu od 1.390.623 kn i čini 23% ukupno planiranih prihoda.

Ukupno se planira prihod od 6.160.000 kn, što je 59% više prihoda od očekivanih prihoda u 2021. godini te 9% više u odnosu na 2019. godinu.

II PLAN AKTIVNOSTI

Rashodi su planirani maksimalno racionalno, polazeći od obveze ispunjavanja novih zakonskih zadaća turističke zajednice i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja raspoloživih sredstava. Turistička zajednica ima slijedeće zadaće, a koje su definirane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutom TZG Novigrada-Cittanova:

1. RAZVOJ PROIZVODA – uključuje razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode kao inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda; razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju; strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini; praćenje i apliciranje na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja; sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica i dr.
2. INFORMACIJE I ISTRAŽIVANJA – uključuje izradu i distribuciju informativnih materijala; stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama i profilima društvenih mreža; osnivanje, koordinaciju i upravljanje turističkim informativnim centrima; suradnju sa subjektima javnog i privatnog sektora radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije; izradu i održavanje sustava turističke signalizacije; operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima i dr.

3. DISTRIBUCIJA – odnosi se na aktivnosti koordinacije s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških radnji; pripremu, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu; pripremu destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima; pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i dr.

Sve stavke s planiranim iznosima prikazane su po novom sustavu planiranja kako bi se postigao jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Planirani rashodi poslovanja, razvrstani su u sljedeće podskupine:

✓rashodi za **Istraživanje i strateško planiranje**;

✓rashodi za **Razvoj turističkog proizvoda**;

✓rashodi za **Komunikaciju i oglašavanje**;

✓rashodi za **Destinacijski menadžment**;

✓rashodi za **Administrativne rashode**, te

✓rashodi za **Rezervu**.

Planom za 2022. godinu predviđaju se ukupni rashodi u visini od 6.160.000 kn, odnosno 33% više u odnosu na ostvarenje iz 2019. godine te za 148% više u odnosu na očekivano ostvarenje 2021. godine.

U najvećem obujmu planiraju se rashodi za RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA koji su planirani u iznosu od 2.891.800 kn što čini 47% ukupno planiranih rashoda. Ovdje su uvrštene aktivnosti identifikacije i vrednovanja resursa te strukturiranje turističkih proizvoda (razvoj destinacijskih proizvoda na razini klastera i na razini destinacije Novigrad), zatim aktivnosti sustava označavanja kvalitete turističkog proizvoda koje se provode u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom, podrška razvoju turističkih događanja (odnose na organizaciju i suorganizaciju zabavnih, kulturnih, sportskih i drugih manifestacija te sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata), ulaganja u turističku infrastrukturu (biciklističke i pješačke staze), podrška turističkoj industriji te rashodi za realizaciju 3 projekata FLAG natječaja.

Sljedeća stavka s učešćem od 22% čine rashodi za KOMUNIKACIJU I OGLAŠAVANJE u iznosu od 1.353.200 kn. I sljedeće godine će se fokus staviti na **digitalni marketing**. U ovu stavku uključene su aktivnosti za implementaciju novog brenda, oglašavanje, zatim troškovi PR aktivnosti, troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama u suradnji sa TZIŽ, troškovi sudjelovanja na sajmovima i prezentacijama i troškovi suradnje s organizatorima putovanja. U ovu grupu smješteni su i troškovi tiskanja brošura, promidžbenih materijala i suvenira te upravljanje i održavanje internet stranica kao i troškovi kreiranja sadržaja. Obzirom da je ove godine iz objektivnih razloga odgođen projekt izrade web stranice, on će se svakako sprovesti u 2022. godini i to će biti jedan od važnijih zadataka. Nadalje, ova stavka sadrži i turističko-informativne aktivnosti odnosno troškove funkcioniranja TIC-a, uključujući i plaće sezonskih turističkih informatora te djelatnice koja će se baviti upravljanjem digitalnim promotivnim kanalima. Nadalje, u stavku turističko-informativne aktivnosti uvršteni su troškovi turističke signalizacije te održavanja web kamera.

Treća stavka je DESTINACIJSKI MENADŽMENT s učešćem od 17% u ukupnim rashodima koji su planirani s iznosom od 1.020.000 kn. Ova stavka uključuje troškove za turistički informacijski sustav i aplikacije (eVisitor, digitalizacija administrativnih poslova i dr.), troškove za organizaciju stručnih skupova i edukacija, aktivnosti koordinacije i nadzora, zatim troškove upravljanja kvalitetom u

destinaciji što podrazumijeva nagrađivanja i priznanja u turizmu te rashode za poticanje na očuvanje i uređenje destinacije. Upravo je ova stavka jedan od važnijih aktivnosti koje se planiraju provoditi u sljedećoj godini u suradnji s Gradom, s ciljem unapređenja kvalitete i standarda urbanog prostora u starom gradu, uz ostale aktivnosti uređenja mjesta, suradnje sa subjektima javnog i privatnog sektora radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, kvalitete javnih usluga i dr.

Slijedi stavka rashodi za ADMINISTRATIVNE POSLOVE koji se planiraju s iznosom od 660.000 kn i čine 11% ukupno planiranih rashoda.

Tu su svrstani svi poslovi ureda turističke zajednice, odnosno plaće, materijalni troškovi i naknade za rad Tijela turističke zajednice.

Posljednja stavka s učešćem od 1% je ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE koje se planira u iznosu od 40.000 kn a odnosi se na izradu strateških ili komunikacijskih dokumenata, na rashode istraživanja i analize tržišta te na mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.

Prema novoj metodologiji i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg programa rada predviđena je stavka REZERVE s učešćem do najviše 5% u ukupnim prihodima za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti. U stavci rezerve planiran je iznos od 185.000 kn što čini 3% planiranih rashoda.

Sve stavke s planiranim iznosima detaljno su prikazane u nastavku prema novoj metodologiji i strukturi plana.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Strateško planiranje obuhvaća izradu strateških, operativnih, komunikacijskih i akcijskih dokumenata, istraživanje i analizu tržišta kao i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.

Ukupno se za ovu stavku planira iznos od 40.000 kn, što predstavlja 1% ukupno planiranih rashoda. Ovim Planom i programom rada obuhvaćene su sljedeće aktivnosti:

1.1. Izrada strateških/komunikacijskih dokumenata

Ova stavka uključuje sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije te akcijski i operativni planovi. Planom i programom rada za 2022. godinu obuhvaćeni su izrada komunikacijske i digitalne strategije destinacije Novigrad, s implementacijom novog brenda.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 20.000 kn
Rok izvršenja: Svibanj 2022.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Ova aktivnost obuhvaća redovne analize tržišta, kretanje trendova i benchmarking, kao i analize koje će se izrađivati prema potrebi sustava za obavljanje raznih zadataka i projekata. U planu je predviđen trošak za potrebe anketiranja i analize tržišta.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 15.000 kn
Rok izvršenja: Prosinac 2022.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

U ovu stavku uvrštena je aktivnost povratne informacije o ulaganjima na svim razinama promocije, kao i razne ankete koje se provode ispitivanjem javnog mnijenja (npr. ispitivanje turista o doživljaju destinacije).

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 5.000 kn
Rok izvršenja: Prosinac 2021.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Prema novim zakonskim odredbama, turističke zajednice funkcioniraju po modelu destinacijske menadžment organizacije što podrazumijeva turističke aktivnosti dionika radi stvaranja integriranog i konkurentnog destinacijskog proizvoda.

Stavka razvoja turističkog proizvoda obuhvaća identifikaciju i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda, zatim sustave označavanja kvalitete turističkih proizvoda, podršku razvoju turističkih događanja, ulaganja u turističku infrastrukturu te podršku turističkoj industriji.

Planom su predviđena sredstva u iznosu od 2.891.800 kn, što predstavlja 47% ukupno planiranih rashoda.

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Sukladno dugogodišnjim aktivnostima Turističke zajednice na razvoju i promociji destinacijskih proizvoda, stavka je podijeljena na aktivnosti za razvoj ključnih proizvoda Klastera SZ Istre (za razvoj biciklizma, nogometa, tenisa, wellnesa, outdoor aktivnosti i gourmet proizvoda), na aktivnosti razvoja proizvoda na nivou TZ Novigrada-Cittanova i na novu aktivnost razvoja snorkling turizma odnosno ronjenje.

Sljedeće godine će se Klasteru pridružiti još tri destinacije, odnosno TZ Motovuna, TZ Grožnjana i TZ Oprtlja te će se sve aktivnosti uskladiti za razvoj dodatnih sadržaja.

Nositelj aktivnosti: TZ Novigrad i Klaster SZ Istre
Planirani iznos: 272.000 kn
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Ova stavka financijskog plana stavlja fokus na turističku industriju, odnosno na označavanje kvalitete npr. obiteljskog smještaja i općenito dodjele kvalitete u koordinaciji sa regionalnom turističkom zajednicom. Stavka također obuhvaća suradnju sa predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji kao što je npr. suradnja lokalne turističke zajednice sa ugostiteljima, hotelijerima, OPG-ovima itd.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica Istarske županije, IRTA
Planirani iznos: 5.000 kn
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Atraktivni programi manifestacija obogaćuju turističku ponudu mjesta, generiraju dolaske i noćenja, promiču mjesto kao poželjnu turističku destinaciju i rezultiraju povećanom turističkom potrošnjom. Stoga se organizaciji manifestacija uvijek pristupa s posebnom pažnjom. Već godinama TZG Novigrada-Cittanova je organizator cijelog niza zabavnih, kulturnih, sportskih, eno-gastronomskih i

drugih događanja osmišljenih u cilju kreiranja razloga za dolazak, kao i zabave i ugodnijeg boravka gostiju na našem području.

U planu je organizacija niz tematskih manifestacija i programa s implementacijom novog brenda, počevši od Uskrsa pa sve do kraja godine, koji se oslanjaju na promociju destinacijskih proizvoda, na prirodna i kulturna bogatstva te doživljajna iskustva.

Sve manifestacije grupirane su u tematske cjeline, odnosno zabavne, kulturne, sportske, gastro i ostale. U okviru svake tematske grupe, TZ će organizirati ili financijski podržati one manifestacije i projekte koji mogu doprinijeti razvoju prioriternih proizvoda, ali i ostale aktivnosti koje mogu obogatiti i diversificirati turističku ponudu destinacije.

Detalniji prikaz planiranih manifestacija nalazi u sklopu plana za 2022. godinu koji je sastavni dio ovog dokumenta.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova i ostali organizatori događanja

Planirani iznos: 1.678.000 kn

Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

2.4. Turistička infrastruktura

U ovu stavku uvršteni su troškovi uređenja i održavanja biciklističkih i pješačkih staza. Uz uobičajeno održavanje biciklističkih staza, u planu su aktivnosti za uređenje novih pješačkih staza na području TZ Novigrada, kod ušća rijeke Mirne te uz obalno područje.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, BK Novigrad

Planirani iznos: 45.000 kn

Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

2.5. Podrška turističkoj industriji

Podrazumijeva podršku subjektima u svrhu razvoja programa povezanih s turističkim proizvodom te potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, Ugostiteljski i smještajni objekti

Planirani iznos: 10.000 kn

Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

2.6. FLAG projekt - Valorizacija ribarske tradicije FISHINO

Projekt je odabran temeljem natječaja kojeg je raspisala Ribarska agencija Sjeverozapadne Istre, FLAG „Pinna Nobilis“: Podmjera 2.3.1. - Potpora aktivnostima promocije, marketinga i očuvanja ribarske/pomorske tradicije i baštine ribarstvenog područja FLAG-a, a koji ima za cilj približiti lokalnu ribarsku tradiciju na novi, interaktivan, inovativan i razumljiv način stanovništvu i posjetiteljima, s naglaskom na mlađe generacije koje će ju baštiniti.

Cilj projekta realizirat će se provedbom istraživanja, bilježenjem lokalne ribarske povijesti i još nezabilježenih ribarskih priča, a koje će predstavljati sadržaj za izradu tiskanih i digitalnih materijala. Objavom brošure prezentirat će se novigradske ribarske priče, običaji i gastronomija te tako sačuvati od zaborava. Najatraktivniji dio projekta su digitalni info kiosci (totemi) koji će se postaviti na javnim površinama i u turističkom informativnom centru TZ-a. Otkrivene priče o novigradskoj ribarskoj povijesti i ostale zanimljivosti i ribarskoj tradiciji, baštini i gastronomiji na suvremen i pristupačan način predstavljat će se prolaznicama, odnosno stanovnicima i gostima grada.

Planirani iznos rashoda u potpunosti će se financirati potporom iz FLAG natječaja.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, Grad Novigrad-Cittanova

Planirani iznos: 446.220 kn
Rok izvršenja: 30.10.2022.

2.7. FLAG projekt – Podizanje svijesti o potrošnji i konzumaciji ribe CHE FINO

Projekt je odobran na natječaju FLAG-a Pinna nobilisu okviru Podmjere 4.2.1. Potpora za aktivnosti usmjerene podizanju svijesti građana o potrošnji i konzumaciji ribe i drugih morskih organizama. Projektom CHE FINO – »Choose Health and Eat Fish in NOvigrad« poticati će se interes stanovnika i gostiju grada za zdravom prehranom na bazi ribe i drugih morskih organizama. Organizirat će se edukativno-kreativne radionice za djecu predškolskog i osnovnoškolskog uzrasta na kojima će učiti o vrstama riba i morskih organizama sjevernog Jadrana, zatim edukativne kulinarske radionice za odrasle, izradit će se edukativni kulinarski video recepti te knjiga recepata. Navedeni sadržaji prikazivat će se putem weba, društvenih mreža i PR objava, što će doprinijeti i promidžbi ribarstva i destinacije. Lokalni kuhari podučavat će građanstvo kako i zašto pripremati jela s namirnicama iz našeg mora, uz stručnu podršku morskog biologa i somelijera, a otkrit će se i ribarska gastronomska povijest Novigrada.

Planirani iznos rashoda u potpunosti će se financirati potporom iz FLAG natječaja.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, Gradska knjižnica Novigrad
Planirani iznos: 371.054 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

2.8. FLAG projekt – Razvoj dodatnih sadržaja SUB-Novi

TZG Novigrada-Cittanova se kao partner projekta čiji je nositelj Lučka uprava Umag-Novigrad uključila u kreiranju novog i inovativnog turističkog sadržaja kojim će se valorizirati lokalna ribarska i pomorska baština te obogatiti i diversificirati turistička ponuda. Projektne aktivnosti uključuju mapiranje podvodnih sadržaja (što uključuje i potopljeni brod), realizaciju interpretacijskog sadržaja za prezentaciju pomorske baštine, podmorja i ribarske tradicije te izradu tematske staze u moru i na kopnu, koja će biti javno dostupna putem web aplikacije i info ploča koje će se postaviti na najznačajnijim lokacijama uzduž tematske staze. Osim toga, u cilju bolje prezentacije podmorja, uvest će se nova aktivnost vođenog razgledavanja podmorja i potopljenog broda zaiskusne ronioce i rekreativce te će se educirati vodiči, čime će se osigurati da se aktivnost provodi kontinuirano i nakon realizacije projekta.

Planirani iznos rashoda u potpunosti će se financirati potporom iz FLAG natječaja.

Nositelj aktivnosti: Lučka uprava Umag-Novigrad, TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 35.875 kn (ukupna vrijednost projekta 761.244 kn)
Rok izvršenja: 31.12.2022.

2.9. FLAG projekti – dodatni troškovi

Predviđa se dodatni iznos rashoda za realizaciju tri navedena FLAG projekta koji se neće financirati sredstvima europskih fondova u iznosu 28.651 kn.

3. KOMUNIKACIJE I OGLAŠAVANJE

Turističke zajednice koje ostvaruju više od milijun komercijalnih noćenja, sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma mogu izvršavati i slijedeće aktivnosti vezane uz marketing: odnosi s javnošću, stvaranje, održavanje i redovito

kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama, provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga, koordinaciju i provođenje udruženog oglašavanja na lokalnoj razini te obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom. Uz navedene aktivnosti samo za one turističke zajednice koje zadovoljavaju zakonom definirane uvjete, 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.

Obzirom da Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova već niz godina ostvaruje više od milijun komercijalnih noćenja, izuzev ove 2021. godine kada je zbog izvanrednih okolnosti pojave pandemije virusa Covid-19 turistički promet manji za gotovo 21%, u Programu rada za 2022. godinu uvrštene su i gore navedene aktivnosti vezane uz marketing.

Planom su predviđena sredstva u iznosu od 1.353.200 kn, što predstavlja 22% ukupno planiranih rashoda. Ujedno su u ovoj stavci objedinjene najbitnije aktivnosti koje će Turistička zajednica provoditi sljedeće godine i uglavnom će se fokus staviti na digitalni marketing. Izrada nove web stranice destinacije Novigrad bit će jedna od najvažnijih aktivnosti.

3.1. Definiranje branding sustava

Ova stavka uključuje aktivnosti vezane uz definiranje i implementaciju branding sustava i brend arhitekture destinacije, što proizlazi iz temeljne vrijednosti brenda destinacije koje su izvedene iz prikupljenih skupova simbola s ciljem stvaranja personificirane slike destinacije koja će biti primamljiva što većem broju gostiju.

U planu je implementacija vrijednosti novog brenda kroz turističke sadržaje, usluge i aktivnosti u destinaciji, digitalne medije te kroz komunikaciju prema ciljanim tržištima, uz sinergiju i stalnu komunikaciju između javnog i privatnog sektora.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 30.000 kn
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

U ovu stavku ulaze aktivnosti izbora tržišta i proizvoda koje želimo promovirati te definiranja 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.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 140.000 kn
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

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 (npr. *Influencer friendly destination*), pressclipping i analizu medijskih i online objava na inozemnom i domaćem tržištu te studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ.

Dobro je poznato kako PR - odnosi s javnošću imaju najmanji trošak od svih marketinških alata, a donose odlične rezultate. Ono što je posebno važno u poslu PR aktivnosti je kontinuitet u održavanju kvalitete i servisa, ali isto tako inovativnost proizvoda i kreativnost usluge.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 50.000 kn
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.4. Marketinške i poslovne suradnje – Udruženo oglašavanje sa TZIŽ

Ove aktivnosti obuhvaćaju strateške projekte i marketinške suradnje (npr. s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl.). 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. Strateški marketing plan Istre za 2022. godinu nastavlja s implementacijom postavki koje svoje uporište imaju u Master planu razvoja istarskog turizma, a to su odrednice konkurentnog, održivog i odgovornog razvoja istarske turističke regije.

U 2022. godini u planu je sufinanciranje SMP-a s iznosom od 200.000 kuna, što je dvije trećine sredstava izdvojenih u 2019. godini. Detaljan plan aktivnosti bit će naknadno definiran.

Nositelj aktivnosti: TZIŽ
Planirani iznos: 200.000 kn
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.5. Sajmovi, prezentacije i radionice

Sredstva se planiraju za sudjelovanje na posebne prezentacije koje će se održati samostalno ili u suradnji s ostalim TZ-ima u klasteru, ukoliko epidemiološka situacija bude dozvoljavala održavanje takvih događanja.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, Klaster sjeverozapadne Istre
Planirani iznos: 30.000 kn
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Sredstva se planiraju za pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata, samostalno ili u suradnji s klasterom, regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om. Aktivnosti će se provodi na način da se organizira obilazak destinacije, znamenitosti, uz smještaj, gastronomsku ponudu i vinske probe, ovisno o interesu novinara i studijskih grupa, a TZ grada Novigrada-Cittanova osigurava stručno vođenje te pokriva eventualno troškove obroka i smještaja.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, HTZ, TZIŽ, Klaster SZ Istre
Planirani iznos: 10.000 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Kroz ovu stavku predviđa se realizacija grafičkog oblikovanja i tisak raznih brošura koje ćemo izdati tijekom 2022. godine i druge grafičke materijale koji će služiti u promotivne svrhe. Brošure se

pripremaju za tisak prema iskazanim potrebama tržišta, a dio publikacija i njihovih sadržaja potrebno je prilagoditi potrebama današnjih posjetitelja i preusmjeriti ih za korištenje u online obliku, prilagoditi za objavu na web stranicama kao i mobilnim aplikacijama, sukladno suvremenim trendovima promocije i zahtjevima publike.

U stavku su uvršteni troškovi za pripremu i tisak brošura u iznosu od 90.000 kn (bike karte, plan grada, kulturni vodič, mjesečni program događanja, mape i vrećice te ostali tiskani materijali), te troškovi izrade i otkupa suvenira i promotivnih materijala u iznosu 30.000 kn.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 120.000 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

3.8. Internetske stranice

Stavka podrazumijeva razvoj i održavanje web stranice, te upravljanje sadržajem na internetskim stranicama.

U planu za sljedeću godinu je izrada nove web stranice destinacije Novigrad koja će imati primarno cilj objediniti i kvalitetno predstaviti kompletnu turističku ponudu destinacije kroz snažan i vizualno atraktivan medijski sadržaj (foto/video). Cilj je omogućiti jednostavno i brzo pretraživanje prema potrebama korisnika i jednostavan pregled posebnih ponuda i događanja, te standardizaciju kvalitete sadržaja.

Uz sredstva za izradu i održavanje nove web stranice koja su planirana u iznosu od 150.000 kn, u ovu stavku je uključen i iznos sufinanciranja izrade i održavanja nove klsterske web stranice www.coloursofistria.com s iznosom od 100.000 kn, što je na nivou 2019. godine jer će se trošak redizajna stranice financirati iz Fonda za udružene turističke zajednice.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 250.000 kn
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

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.

Planom je predviđen trošak za izradu sadržaja za objave u iznosu 40.000 kn, angažiranje profesionalnog fotografa s iznosom od 60.000 kn za te 70.000 kn za kreiranje video materijala.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 170.000 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

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), zatim postavljanje info punktova i održavanje turističke signalizacije samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave.

Rashodi za turističko-informativne aktivnosti iznose 353.200 kn i čine 6% ukupno planiranih rashoda.

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, najčešće od kraja travnja ili početka svibnja do kraja listopada.

Planom je predviđen veći iznos za zaposlene TIC-a zbog zapošljavanja voditelja turističko-informativne djelatnosti koji će uz ostalo imati zadatak kreirati i unositi sadržaj u novu web stranicu i na društvenim mrežama, što je do sada uspješno provodila sezonska djelatnica zaposlena kao turistički informator.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 261.000 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

3.10.2. Turistička signalizacija

Na području naše turističke zajednice raste broj predstavnika turističke ponude, smještajnih aktivnosti i ostalih atrakcija što predstavlja preduvjet za izradu novih i nadogradnju već postojećih tabli turističke signalizacije. Sredstva su predviđena za postavljanje nove i zamjenu dotrajale ili uništene turističke (smeđe) signalizacije, za obnovu postojećih i postavljanje novih tabli planova grada i za info table odnosno city lights-e.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 85.000 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

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.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 7.200 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Destinacijski menadžment usmjeren je na aktivnosti namijenjene većem razumijevanju i dobivanju podrške subjekata uključene u turističke aktivnosti te na aktivnosti uređenja destinacije.

Rashodi za destinacijski menadžment iznose 1.020.000 kn, što predstavlja 17% 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 sukladno uputama HTZ-a kao što su jedinstveni turistički informacijski portal i sustav za digitalno poslovanje.

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZIŽ, TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 6.000 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

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.

TZ kontinuirano radi na edukaciji zaposlenih koja uključuje edukativna predavanja s ciljem obrazovanja djelatnika, ali i ostalih subjekata javnog i privatnog turističkog sektora kako bi se unaprijedila marketinška znanja, a time i poboljšala učinkovitost promocije na svim razinama. Edukacija je posebno važna obzirom na izmjene zakonskih regulativa gdje je uloga turističkih zajednica usredotočena na upravljanje destinacijom i osmišljavanje novih turističkih proizvoda.

Planira se sudjelovanje na seminare koje organizira Hrvatska turistička zajednica u svrhu usavršavanja praktičnih znanja i vještina, te s ciljem njihove neposredne primjene za poboljšanje poslovanja te edukacija za usavršavanje komunikacije putem digitalnih medija i kreiranja sadržaja za online objave. Također, planirana su studijska putovanja s članovima tijela TZ-a i djelatnika TZ-a.

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZIŽ, TZG Novigrada-Cittanova

Planirani iznos: 30.000 kn

Rok izvršenja: 31.12.2022.

4.3. Koordinacija i nadzor

Stavka obuhvaća usklađivanje planskih aktivnosti i nadzor planskih i izvještajnih dokumenata lokalnih turističkih zajednica te definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala i smjernica za provedbu marketinških aktivnosti.

U planu za sljedeću godinu u ovu stavku uključeni su troškovi koordinacije TZ Novigrada s klasterom i sustavom TZ-a.

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZIŽ, Klaster SZ Istre, TZG Novigrada-Cittanova

Planirani iznos: 2.000 kn

Rok izvršenja: 31.12.2022.

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Stavka podrazumijeva sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji, radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji.

Turistička zajednica grada Novigrada tradicionalno organizira akciju nagrađivanja uređenih okućnica i balkona te privatnih subjekata s područja Novigrada. Cilj akcije je podizanje općeg nivoa kvalitete životnog prostora kroz očuvanje zdrave životne sredine, čistoću prostora i stvaranje klime dobrodošlice. U sklopu ove stavke uključeni su i prigodni pokloni i zahvalnice koji se dodjeljuju dugogodišnjim gostima Novigrada za njihovu vjernost i dugogodišnje prijateljstvo te doprinos razvoju i unapređenju hrvatskog turizma.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova

Planirani iznos: 10.000 kn

Rok izvršenja: 31.12.2022.

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije

U svrhu poboljšanja uvjeta boravka gostiju u destinaciji te očuvanja i stvaranja prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja, TZG će poticati i sudjelovati u uređenju destinacije. Aktivnosti imaju za cilj podizanje kvalitete komunalne infrastrukture te razvijati ekološku svijest kod nositelja turističke ponude.

S ciljem unapređenja kvalitete i standarda urbanog prostora u starom gradu, u suradnji s Gradom, za 2022. godinu je u planu financijska potpora za uređenje destinacije odnosno za uređenje starogradske jezgre, koja je planirana u 2021. godini, ali je zbog gospodarske situacije investicija odgođena. Uredile bi se, odnosno popločile ulice u starom gradu, kao što to učinjeno u ulici Zidine. Ukupno se za ove investicije planira utrošiti 750.000 kn.

Radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, u planu je osigurati 100.000 kn potpore projektu ili inicijativi za razvoj atrakcija i drugih sadržaja od turističkog značaja, ili pak za razvoj novih turističkih proizvoda u skladu s vrijednostima brenda i imidžom Novigrada kao turističke destinacije.

U cilju poboljšanja uvjeta boravka gostiju u Novigradu, u planu su sredstva od 100.000 kn za potrebe suradnje sa subjektima javnog i privatnog sektora za bolje funkcioniranje i podizanje dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi. Sredstva će se koristiti za projekt kontrole i suzbijanja populacije galebova, za potrebe boljeg funkcioniranja turističkih ambulanta i drugih potreba koje će se definirati u suradnji s Gradom i gradskim komunalnim poduzećem Neapolis.

Od ostalih aktivnosti za očuvanje i uređenje destinacije, sredstva u iznosu 22.000 kn koristiti će se za ekološke akcije čišćenja okoliša i podmorja, za postavljanje svlačionica na plažama i dr.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, Grad Novigrad-Cittanova, Neapolis d.o.o. I DR.
Rok izvršenja: 31.12.2022.

5. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U administrativne rashode svrstani su svi poslovi ureda turističke zajednice kao i ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada TZ-a.

Turistički ured će tijekom 2022. godine efikasno obavljati sve stručne i administrativne poslove TZ-a sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutu TZG-a. Sukladno tome, Ured TZ-a provodit će sve potrebne poslove za izvršenje zadataka sukladno Zakonu, pripremu pravilnika i ostalih akata, kao i poslovi za ostvarenje programa rada TZ-a za 2022. godinu.

Direktor Turističkog ureda tijekom 2022. godine zastupat će TZ, organizirati i rukovoditi radom i poslovanjem Turističkog ureda, provoditi odluke Turističkog vijeća i biti odgovoran za poslovanje i zakonitost rada Turističkog ureda poštujući odredbe Statuta TZ-a. Obzirom na novu zakonsku regulativu kojom se direktorima TZ-a uvodi mandat na 4 godine, sukladno uputama dobivenih iz MINTS-a, turistička zajednica je obavezna provesti natječaj za direktora do kraja lipnja sljedeće godine. Direktori zatečeni na mjestu 'direktora' na dan 01.01.2022. nastavljaju vršiti tu funkciju do izbora ili novog direktora ili potvrde postojećeg.

Administrativni rashodi u 2022. godini planirani su u ukupnom iznosu od 680.000 kn, što predstavlja 11% ukupno planiranih rashoda.

Obuhvaćaju sljedeće rashode: rashode za plaće koji su planirani u iznosu od 480.000 kuna, materijalne troškove koji su planirani u iznosu 190.000 kn i rashode za rad tijela turističke zajednice koji su planirani u iznosu 10.000,00 kn.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 680.000 kn
Rok izvršenja: 31.12.2022.

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 165.000 kn i čine 3% ukupnih rashoda. Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti.

ZAKLJUČAK

I ove je godine neizvjesna situacija uzrokovana pandemijom koronavirusa snažno utjecala na globalna turistička kretanja, stoga i na turistički promet ostvaren na našem području. Dio programskih aktivnosti planiranih Programom rada za 2021. godinu nije realizirano zbog smanjenih prihoda tijekom prve polovice godine i nesigurnosti u planiranju aktivnosti zbog pandemije.

Predsezona je ove godine bila vrlo skromna, a planirani prihodi, kao i aktivnosti, bili su vrlo neizvjesni.

Ipak, po pokretanju turističkog tržišta, unatoč ograničenim uvjetima putovanja gostiju, kao i poslovanja pružatelja smještaja, ostvareni su odlični rezultati, puno bolji od očekivanog.

Prednost Novigrada, kao i cijele regije Istra, svakako su bili povoljna epidemiološka situacija, kao i činjenica da se radi o destinaciji koja je lako dostupna za individualne dolaske automobilom. Nakon odličnih rezultata u ljetnim mjesecima kada je promet bio gotovo pa na razini 2019. godine, uslijedilo je i odlično razdoblje posezone, koje je u određenim periodima i nadmašilo rekordne rezultate 2019. godine.

Iskustvo i ove turističke sezone nam je pokazalo da su stabilna i sigurna epidemiološka situacija, blizina naših glavnih emitivnih tržišta, duga tradicija u turizmu i kvalitetna turistička ponuda naše glavne prednosti. I u budućem razdoblju, naglasak svakako treba biti stavljen na odgovorno ponašanje cijele zajednice, pridržavanje propisanih mjera kao i postizanje higijenskih standarada, budući da će percepcija sigurnosti, zasigurno i iduće godine, biti osnovni motiv dolaska u destinaciju, a visoka zdravstvena sigurnost gostiju, naš prioritet.

Prijedlog financijskog plana za 2022. godinu:

- u Kn, bez lipa

	PRIHODI	Plan 2021	Rebalans plana 2021	Indeks Rebalans / Plan 2021	PLAN 2022	Indeks Plan 2022/ Rebalans 2021	Indeks Plan 2022/ 2019	Udio %
1.	Izvorni prihodi	2.230.000	3.030.000	136	3.550.000	117	88	58%
1.1.	Turistička pristojba ukupno	1.950.000	2.710.000	139	3.200.000	118	92	52%
1.1.1.	Turistička pristojba	1.850.000	2.480.000	134	3.000.000	121	94	49%
1.1.2.	Turistička pristojba iz nautičkog turizma	100.000	230.000	230	200.000	87	67	3%
1.2.	Turistička članarina	280.000	320.000	114	350.000	109	65	6%
2.	Prihodi iz proračuna grada	130.000	62.000	48	300.000	484	61	5%
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	40.000	40.000	100	50.000	125	26	1%
4.	Prihodi iz EU fondova	0	0	0	853.149	0	0	14%
4.1.	FLAG projekt 2.3.1. - FishInNo - Valorizacija ribarske tradicije				446.220	0		7%
4.2.	FLAG projekt 4.2.1. - CHE FINO - Potrošnja i konzumacija ribe				371.054	0		6%
4.3.	FLAG projekt 2.2.1. - SUB-Novu - Dodatni sadržaj				35.875	0		1%
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	0	3.000	0	16.228	541	17	0%
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	370.000	731.185	198	1.390.623	190	0	23%
7.	Ostali prihodi	0	1.000	0	0	0	0	0%
	UKUPNO PRIHODI BEZ EU FONDOVA				5.306.851	137	109	86%
	SVEUKUPNO PRIHODI	2.770.000	3.867.185	140	6.160.000	159	127	100%
	AKTIVNOSTI	Plan 2021	Rebalans plana 2021	Indeks Rebalans / Plan 2021	PLAN 2022	Indeks Plan 2022/ Rebalans 2021	Indeks Plan 2022/ 2019	Udio %
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	26.000	23.000	88	40.000	174	61	1%
1.1.	Izrada strateških/komunikacijskih dokumenata	20.000	20.000	100	20.000	100	40	0%
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	3.000	0	0	15.000	0	96	0%
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	3.000	3.000	100	5.000	167	0	0%
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	620.000	698.856	113	2.891.800	414	124	47%
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	87.000	101.258	116	272.000	269	116	4%
2.1.1.	Razvoj proizvoda klaster	65.000	80.000	123	212.000	265	104	3%
2.1.1.1.	Bike	15.000	20.000	133	62.000	310	100	1%
2.1.1.2.	Outdoor	10.000	15.000	150	30.000	200	98	0%
2.1.1.3.	Gourmet	15.000	20.000	133	70.000	350	99	1%
2.1.1.4.	Nogomet	25.000	25.000	100	30.000	120	136	0%
2.1.1.5.	Tenis	0	0	0	5.000	0	108	0%
2.1.1.6.	Wellness	0	0	0	15.000	0	106	0%
2.1.2.	Razvoj proizvoda TZG	22.000	21.258	97	50.000	235	171	1%
2.1.2.1.	Novigradski suveniri	5.000	10.000	200	20.000	200	131	0%
2.1.2.2.	Gallerion	7.000	10.010	143	10.000	100	100	0%
2.1.2.3.	Turistički razgled Novigrada	5.000	360	7	10.000	2.778	702	0%
2.1.2.4.	Put vinara	5.000	888	18	10.000	1.126	396	0%
2.1.3.	Ronilački - snorkling turizam			0	10.000	0	0	0%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	2.000	0	0	5.000	0	0	0%
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	487.000	580.990	119	1.678.000	289	81	27%
2.3.1.	Zabavne manifestacije	330.000	363.293	110	1.000.000	275	80	16%
2.3.1.1.	Lunasa	50.000	60.000	120	100.000	167	146	2%
2.3.1.2.	Čarobni Novigrad	20.000	0	0	60.000	0	67	1%
2.3.1.3.	Fešta Sv. Pelagija	100.000	103.000	103	300.000	291	68	5%
2.3.1.4.	Fešta Sv. Ivana Krstitelja Dajla	20.000	11.685	58	20.000	171	49	0%
2.3.1.5.	Glazba na svakom kutku	40.000	75.000	188	70.000	93	464	1%
2.3.1.6.	Maškare	0	0	0	20.000	0	57	0%
2.3.1.7.	Novigradske božićne radosti	0	10.000	0	20.000	200	93	0%
2.3.1.8.	Goodbye	0	0	0	20.000	0	92	0%
2.3.1.9.	Slovenska noć	0	0	0	70.000	0	78	1%
2.3.1.10.	Piazza grande music nights	0	0	0	150.000	0	72	2%
2.3.1.11.	Prvomajski piknik	10.000	0	0	20.000	0	78	0%
2.3.1.12.	Večer uličnih čarobnjaka - Kids' day	30.000	42.668	142	70.000	164	68	1%
2.3.1.13.	Movie nights	30.000	0	0	30.000	0	62	0%
2.3.1.14.	Jazz Corner	20.000	23.940	120	20.000	84	49	0%
2.3.1.15.	Ostale zabavne manifestacije	10.000	37.000	370	30.000	81	399	0%
2.3.2.	Kulturne manifestacije	40.000	35.784	89	105.000	293	147	2%
2.3.2.1.	Slikarski ex-tempore	10.000	20.784	208	20.000	96	101	0%
2.3.2.2.	MFF: Novo kino Novigrad	5.000	0	0	5.000	0	87	0%
2.3.2.3.	Istria Folk Fest	5.000	0	0	10.000	0	181	0%
2.3.2.4.	Glazbene večeri u lođi Belveder	10.000	0	0	15.000	0	0	0%
2.3.2.5.	Novigrad u folkloru	0	0	0	15.000	0	98	0%
2.3.2.6.	Festival kratkog filma	0	0	0	30.000	0	200	0%
2.3.2.7.	Ostale kulturne manifestacije	10.000	15.000	150	10.000	67	100	0%

	AKTIVNOSTI	Plan 2021	Rebalans plana 2021	Indeks Rebalans / Plan 2021	PLAN 2022	Indeks Plan 2022/ Rebalans 2021	Indeks Plan 2022/ 2019	Udio %
2.3.3.	Sportske manifestacije	59.000	61.690	105	193.000	313	36	3%
2.3.3.1	Alpen Adria Swim Cup	20.000	20.000	100	35.000	175	0	1%
2.3.3.2	Istria Granfondo Family & Gourmet Tour	10.000	0	0	20.000	0	155	0%
2.3.3.3	Novigrad-Cittanova Run	10.000	0	0	20.000	0	133	0%
2.3.3.4	Transadriatica regata	0	0	0	15.000	0	163	0%
2.3.3.5	Istrian Spring Trophies	0	0	0	18.000	0	257	0%
2.3.3.6	Prvomajski MTB maraton	0	0	0	5.000	0	0	0%
2.3.3.7	Prvenstvo mažoretkinja	10.000	17.690	177	30.000	170	0	0%
2.3.3.8	Ostale sportske manifestacije	9.000	24.000	0	50.000	208	10	1%
2.3.4.	Gastro manifestacije	33.000	92.670	281	180.000	194	119	3%
2.3.4.1	Taste & Town	20.000	0	0	40.000	0	106	1%
2.3.4.2	Wine & Walk by the sea	0	75.000	0	30.000	40	103	0%
2.3.4.3	Park Food Fest	0	0	0	80.000	0	117	1%
2.3.4.4	Che gusto	10.000	17.670	177	20.000	113	211	0%
2.3.4.5	Ostale gastro manifestacije	3.000	0	0	10.000	0	143	0%
2.3.5.	Ostale manifestacije	10.000	10.000	100	30.000	300	186	0%
2.3.6.	Potpore manifestacijama i projektima	15.000	17.553	117	70.000	399	139	1%
2.3.6.1	Muzej Lapidarium - Arterija	5.000	7.553	151	10.000	132	0	0%
2.3.6.2	Ostalo	10.000	10.000	100	60.000	600	293	1%
2.3.7.	Potpore manifestacijama i projektima CMIK-a				100.000	0		2%
2.4.	Turistička infrastruktura	39.200	12.064	31	45.000	373	262	1%
2.4.1.	Uređenje i održavanje biciklističkih staza	10.000	10.000	100	15.000	150	87	0%
2.4.2.	Uređenje i održavanje pješačkih staza	29.200	2.064	7	30.000	1.453	0	0%
2.5.	Podrška turističkoj industriji	4.800	4.544	95	10.000	220	0	0%
2.6.	FLAG projekt 2.3.1. - FishInNo - Valorizacija ribarske tradicije				446.220			7%
2.7.	FLAG projekt 4.2.1. - CHE FINO - Potrošnja i konzumacija ribe				371.054			6%
2.8.	FLAG projekt 2.2.1. - SUB-Nov i - Dodatni sadržaji				35.875			1%
2.9.	FLAG projekti - dodatni troškovi				28.651			0%
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	966.000	741.507	77	1.353.200	182	146	22%
3.1.	Definiranje brending sustava	30.000	29.000	97	30.000	103	60	0%
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	122.000	126.000	103	140.000	111	244	2%
3.2.1.	Opće oglašavanje (tisak, TV, radio)	42.000	46.000	110	60.000	130	147	1%
3.2.2.	Internet oglašavanje	50.000	50.000	100	50.000	100	299	1%
3.2.3.	Kampanja za promociju destinacije	30.000	30.000	100	30.000	100	0	0%
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	45.000	46.000	102	50.000	109	159	1%
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	118.800	118.800	100	200.000	168	64	3%
3.4.1.	Udruženo oglašavanje TZiŽ	118.800	118.800	100	200.000	168	64	3%
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	10.000	15.000	150	30.000	200	102	0%
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	8.000	5.000	63	10.000	200	113	0%
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	50.000	33.100	66	120.000	363	124	2%
3.7.1.	Brošure i ostali tiskani materijali	34.000	13.100	39	90.000	687	110	1%
3.7.1.1	Bike karte	8.000	8.600	108	15.000	174	179	0%
3.7.1.2	Plan grada / Kulturni vodič	15.000	0	0	30.000	0	179	0%
3.7.1.3	Mjesečni programi	2.000	0	0	5.000	0	101	0%
3.7.1.4	Mape i vrećice	6.000	0	0	10.000	0	166	0%
3.7.1.5	Ostali tiskani materijali	3.000	4.500	150	30.000	667	66	0%
3.7.2.	Suveniri i promo materijali	16.000	20.000	125	30.000	150	203	0%
3.8.	Internetske stranice	180.000	60.000	33	250.000	417	244	4%
3.8.1.	Web stranica Novigrad	150.000	30.000	20	150.000	500	3.408	2%
3.8.2.	Web stranica klastera	30.000	30.000	100	100.000	333	102	2%
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	140.000	55.000	39	170.000	309	491	3%
3.9.1.	Izrada i otkup sadržaja za objave	20.000	10.000	50	40.000	400	0	1%
3.9.2.	Izrada i otkup fotografija	60.000	20.000	33	60.000	300	225	1%
3.9.3.	Izrada i otkup video materijala	60.000	25.000	42	70.000	280	875	1%
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	262.200	286.707	109	353.200	123	170	6%
3.10.1.	Troškovi TIC-a (funkcioniranje TIC-a uključujući plaće tur. informatora)	192.000	196.298	102	261.000	133	143	4%
3.10.1.1	Izdaci za zaposlene	165.000	150.000	91	220.000	147	142	4%
3.10.1.2	Izdaci za usluge	7.000	22.000	314	15.000	68	199	0%
3.10.1.3	Materijalni izdaci	10.000	12.000	120	15.000	125	110	0%
3.10.1.4	Sitan inventar	2.000	4.540	227	3.000	66	96	0%
3.10.1.5	Nabava imovine	5.000	5.000	100	5.000	100	0	0%
3.10.1.6	Ostali rashodi	3.000	2.758	92	3.000	109	88	0%
3.10.2.	Turistička signalizacija	63.000	83.209	132	85.000	102	336	1%
3.10.2.1	Smeđa signalizacija	10.000	30.209	302	30.000	99	1.034	0%
3.10.2.2	Table dobrodošlice	50.000	50.000	100	30.000	60	215	0%
3.10.2.3	City lights - info table	3.000	3.000	100	10.000	333	120	0%
3.10.2.4	Ostalo (kulturni spomenici, pješačke staze i dr.)	0	0	0	15.000	0	10.000	0%
3.10.3.	Web kamera	7.200	7.200	100	7.200	100	0	0%
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	361.000	283.000	78	1.020.000	360	205	17%
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	2.000	0	0	6.000	0	0	0%
4.2.	Stručni skupovi, edukacije i benchmarking	10.000	2.000	20	30.000	1.500	502	0%

	AKTIVNOSTI	Plan 2021	Rebalans plana 2021	Indeks Rebalans / Plan 2021	PLAN 2022	Indeks Plan 2022/ Rebalans 2021	Indeks Plan 2022/ 2019	Udio %
4.3.	Koordinacija i nadzor	2.000	2.000	100	2.000	100	93	0%
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji - nagrade i priznanja	7.000	9.000	129	10.000	111	119	0%
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije	340.000	270.000	79	972.000	360	202	16%
4.5.1.	Uređenje destinacije	200.000	200.000	100	750.000	375	250	12%
4.5.2.	Uvođenje atrakcija	100.000	0	0	100.000	0	100	2%
4.5.3.	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	25.000	40.000	160	100.000	250	156	2%
4.5.4.	Ostalo (ekološke acije, svlačionice i dr.)	15.000	30.000	200	22.000	73	132	0%
5.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	690.000	742.746	108	680.000	92	89	11%
5.1.	Plaće	487.000	545.000	112	480.000	88	88	8%
5.2.	Materijalni troškovi	193.000	187.746	97	190.000	101	92	3%
5.2.1.	Izdaci za usluge	120.000	120.000	100	120.000	100	95	2%
5.2.2.	Materijalni izdaci	20.000	20.000	100	20.000	100	77	0%
5.2.3.	Sitan inventar	2.000	6.400	320	4.000	63	136	0%
5.2.4.	Nabava imovine	10.000	5.000	50	5.000	100	49	0%
5.2.5.	Reprezentacija	15.000	12.000	80	15.000	125	103	0%
5.2.6.	Premije osiguranja	14.000	14.346	102	16.000	112	126	0%
5.2.7.	Ostali rashodi	12.000	10.000	83	10.000	100	71	0%
5.3.	Tijela turističke zajednice	10.000	10.000	100	10.000	100	85	0%
6.	REZERVA	107.000	0	0	165.000	0	0	3%
	Amortizacija	0	9.053	0	10.000	0	40	0%
	UKUPNO	2.770.000	2.498.162	90	6.160.000	247	133	100%
	SVEUKUPNO (knjigovodstveni prikaz - bez imovine)		2.476.562		6.150.000	248	133	100%
	SVEUKUPNO PRIHODI - UKUPNO AKTIVNOSTI	0	1.390.623		0			

Novigrad, 22.12.2021.

Ur. broj: 219/2021