

GODIŠNJE FINACIJSKO IZVJEŠĆE



IZVJEŠĆE O RADU ZA 2013. GODINU

VERTENEGLIO
BRTONIGLA

HRVATSKA

Istra



SADRŽAJ:

1. UVOD	4
2. TURISTIČKI PROMET 2013.	5
Ostvareni dolasci i noćenja.....	5
2.1. Statistika po naplatiteljima.....	7
2.2. Statistika po vrsti turista.....	7
2.3. Statistika po zemljama	8
3. ADMINISTRATIVNI MARKETING	9
3.1. Rashodi za radnike.....	9
3.2. Rashodi ureda.....	10
3.3. Rashodi za rad tijela turističke zajednice	10
3.4. Najam poslovnog prostora	12
3.5. Članarina udruzi Gradovi vina/Citta` del vino	12
4. DIZAJN VRIJEDNOSTI	13
4.1. Potpore manifestacijama	13
4.2. Razvoj proizvoda.....	14
4.2.1. Bike proizvod	15
4.2.2. Gourmet proizvod	16
4.2.3. TZO Brtonigla	16
5. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI.....	17
5.1. Online komunikacija	17
5.2. Offline komunikacija.....	18
5.2.1. PR aktivnosti – odnosi s javnošću	18
5.2.2. Brošure i ostali tiskani materijal	18
5.2.3. Signalizacija i ostalo	19
5.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama	20
5.4. Oglašavanje	21
5.5. Promocija turističke destinacije – projekt Vina Sjeverozapadne Istre	21
6. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	22
7. INTERNI MARKETING	22
8. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	23
9. POSEBNI PROGRAMI.....	23

10.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI BRTONIGLA	23
11.	FINANCIJSKO IZVJEŠĆE.....	24
12.	ZAKLJUČAK.....	27
13.	POPIS TABLICA I GRAFIKONA.....	28

1. UVOD

Turistička 2013. godina u Hrvatskoj započela je prema očekivanjima te je nakon nešto slabijeg travnja (čemu je doprinio i raniji Uskrs krajem ožujka), svibanj već bio vidljivo bolji, a rezultati glavne i posezone bili su na nacionalnoj razini iznimno dobri. Promatrajući po tržištima, značajan pad dolazaka zabilježen je iz Rusije, prvenstveno zbog viznog režima. Hrvatski kamping se s porastom noćenja svrstao među uspješnije u Europi. Promatrano po stranim tržištima, glavninu noćenja (više od 70%) ostvarili su kampisti iz pet zemalja - Njemačke, Slovenije, Nizozemske, Italije i Austrije, pri čemu je pad zabilježen iz Italije i Nizozemske.

U 2013. godini je donesena i javnosti predstavljena *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, koja je usmjerena podizanju konkurentnosti hrvatskog turizma, jednim dijelom bazirajući se na široj i raznovrsnijoj ponudi znatno više od sunca i mora, uz podizanje pred i posezone koje treba bazirati na dodatnim proizvodima, u prvom redu novima, koji će se odnositi na manifestacije, prvenstveno mega evente, sportu, kulturi i svemu ostalom što Hrvatska može ponuditi. U tom smjeru, posebno će se poticati razvoj destinacijskih menadžment kompanija (DMK) i destinacijskih menadžment organizacija (DMO), marketing brendova te snažnije uključivanje i suradnju svih subjekata privatnog i javnog sektora. U vidu implementacije usvojene Strategije razvoja, najavljene su izmjene Zakona o turističkim zajednicama, u cilju prilagođavanja cjelokupnog sustava efikasnijim i dinamičnijim djelovanjem, pri čemu je najavljeno restrukturiranje ustrojstva turističkih zajednica s punom primjenom od 2015. godine.

2. TURISTIČKI PROMET 2013.

Ostvareni dolasci i noćenja

Protekla 2013. godina za Hrvatsku je zaključena s 5% više turista, koji su ostvarili 3% više noćenja. Tim su porastima ponajprije pridonijeli strani turisti, kojih je bilo 5% više nego u 2012. godini, a ostvarili su 3% više noćenja.

Domaćih je turista u prošloj godini u komercijalne smještajne objekte došlo 1,4%, više nego u 2012. godini, ali su s 1,6% manje noćenja nastavili negativni trend na godišnjoj razini koji traje zadnjih nekoliko godina. Ipak, taj minus u noćenjima domaćih turista znatno je manji od onog koji je bio 2012. u odnosu na 2011. od gotovo 7%.

Unatoč negativnim statističkim rezultatima za travanj, lipanj i srpanj, na regionalnoj razini 2013. godina je uspjela potvrditi brojke prethodne godine, s ukupno 3.195.586 dolazaka (+1%) i 22.032.822 noćenja, što je na razini 2012. godine.

U strukturi ostvarenih noćenja po zemljama, istarski turizam je zabilježio značajan porast na britanskom tržištu (+36%), austrijsko i slovensko tržište bilježe povećanje od 3% odnosno 2%, dok su njemački i domaći gosti ostali na razini prošlogodišnjih rezultata. Manjak noćenja zabilježen je očekivano s ruskog tržišta (-26%), ali i s talijanskog i nizozemskog (-5%), te češkog (-3%) i danskog (-6%). Negativan rezultat zabilježen je i u nautičkom turizmu s minusom od 7% u dolascima i noćenjima nautičara. Iznimno uspješan ožujak (zbog Uskrsa), ali i veoma uspješno postsezonsko razdoblje, svakako ukazuje na usmjerenost aktivnosti, promociju i razvoj turističkih proizvoda i događanja na pred i postsezonsko razdoblje.

Na lokalnoj razini, 2013. godina bila je godina u kojoj je Turistička zajednica Općine Brtonigla nastavila sa pozicioniranjem Općine Brtonigla kao gradića vina, u suradnji s lokalnom samoupravom i Razvojnou agencijom Brtonigla, afirmiranjem tematskih manifestacija, realizacijom marketing plana i aktivnosti na razini klastera Sjeverozapadne Istre. Fizički turistički promet donio je iznimno dobro rezultate, posebice zbog povećanja broja smještajnih kapaciteta u kampu CampingIN Park Umag s novim mobilnim kućicama, koji je ujedno, po ocjenama njemačkog i nizozemskog auto kluba ADAC i ANWB, dobio nagrade "ADAC/ANWB Best Campsite 2014" čime je svrstan među najboljih 139 kampova u Europi.

Tablica 1. Ostvareni dolasci i noćenja u 2013. godini na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.

	2012		2013		INDEX	
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA
HTZ*	11.835.160	62.743.463	12.441.476	64.827.814	105	103
TZIŽ**	3.159.961	21.992.764	3.195.586	22.032.822	101	100
TZO BRTONIGLA**	45.696	389.413	53.607	458.280	117	118

*Izvor: Državni zavod za statistiku. Preuzeto sa http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/04-03-02_11_2013.htm.

**Izvor: Statistička izvješća TZIŽ / TZO Brtonigla, siječanj 2014.

Turistički promet ostvaren na području Općine Brtonigla, porast od 17% u broju dolazaka, odnosno porast od 18% u broju noćenja, rezultat je prvenstveno povećanja smještajnih kapaciteta, primarno u kampu CampingIN Park Umag, proširenjem zone Verteneglio novim mobilnim kućicama. Općenito gledano može se zaključiti da ostvareni turistički rezultat, uz preduvjet kontinuiranog ulaganja u zajedničke aktivnosti s TZ Istarske županije i klastera Sjeverozapadne Istre, kroz promociju, razvoj proizvoda te manifestacije i daljnje poboljšanje turističke ponude, te dodatno profiliranje Brtonigle u mali gradić vina jakih tradicijskih vrijednosti, potvrđuje odabrani smjer turističkog razvoja Općine Brtonigla.

U tablici 2. prikazan je pregled ostvarenja dolazaka i noćenja u proteklom petogodišnjem razdoblju (2009.-2013.) iz kojeg je vidljivo je, osim u 2011. godini, bilježen kontinuirani porast dolazaka i noćenja te je 2013. u usporedbi s početnom 2009. godinom potvrdila povećanje od 44% više dolazaka gostiju odnosno 36% ostvarenih noćenja. Valja napomenuti, međutim, da su dolasci domaćih gostiju ostali na razini početne 2009., odnosno u 2013. godini je zabilježen značajan pad dolazaka Hrvata. Po broju ostvarenih noćenja Hrvati su prošle godine također ostvarili manje noćenja u usporedbi s 2012. godinom.

Tablica 2. Pregled ostvarenih dolazaka i noćenja za razdoblje 2009. - 2013. na lokalnoj razini.

DOLASCI	2009	2010	2011	2012	2013
domaći	539	545	890	761	531
strani	36.737	40.455	40.479	44.840	53.076
ukupno	37.276	41.000	41.369	45.601	53.607
NOĆENJA	2009	2010	2011	2012	2013
domaći	2.397	3.197	3.662	4.620	4.180
strani	334.737	351.682	337.306	384.517	454.100
ukupno	337.134	354.879	340.968	389.137	458.280

Izvor: Statistička izvješća TZO Brtonigla, siječanj 2014.

2.1. Statistika po naplatiteljima

Tablica 3. Pregled ostvarenih dolazaka, noćenja i udjela u ukupnim noćenjima 2013. po grupama naplatitelja.

Naplatitelj	2012		2013		INDEX		Udio %
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Noćenja
CampinIN Park Umag	38.942	337.612	46.244	399.938	119	118	87
Hotel San Rocco	1.734	4.294	1.780	4.725	103	110	1
Agencije	1.093	7.823	1.336	10.291	122	132	2
Sam. iznajmljivači	1.814	14.213	2.030	15.056	112	106	3
TZ - vikendaši, vl. kuća	2.113	25.471	2.217	28.270	105	111	6
SVEUKUPNO	45.696	389.413	53.607	458.280	117	118	100

Izvor: Statistička izvješća TZO Brtonigla, siječanj 2014.

Promatrajući strukturu ostvarenog turističkog prometa po subjektima, odnosno naplatiteljima boravišne pristojbe, vidljivo je da udio pojedinih turističkih subjekata odnosno grupa naplatitelja uglavnom nije značajno promijenjen. Međutim, valja naglasiti da je u proteklom četverogodišnjem razdoblju zabilježen porast kod samostalnih iznajmljivača, što potvrđuje trend porasta smještajne turističke ponude u segmentu privatnog smještaja, posebice u ruralnom općinskom dijelu.

2.2. Statistika po vrsti turista

Kako je već ranije navedeno, rezultati ostvareni u 2013. godini, sveukupno promatrano, bili su iznimno pozitivni. Na nacionalnoj razini dolasci domaćih gostiju zabilježili su lagani porast (+1%), dok su noćenja Hrvata ipak u minusu za gotovo 2%. S druge strane, strani gosti, koji na nacionalnoj razini čine 92% ukupnih noćenja, ostvaruju u prosjeku 5,4 noćenja po dolasku, za razliku od domaćih gostiju koji borave prosječno 3,5 dana. U Istri je registriran veći broj dolazaka Hrvata (+4%) u odnosu na 2012. godinu, no međutim ostvarena noćenja ostala su na razini prošle godine.

Tablica 4. Pregled dolazaka i noćenja ostvarenih u 2013. godini na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini prema vrsti gostiju.

	DOLASCI 2013			INDEX	NOĆENJA 2013			INDEX
	domaći	strani	ukupno	2013/2012	domaći	strani	ukupno	2013/2012
HTZ	1.486.308	10.955.168	12.441.476	105	5.139.627	59.688.187	64.827.814	103
TZIŽ	179.745	3.015.841	3.195.586	101	936.301	21.096.521	22.032.822	100
TZO BRTONIGLA	531	53.076	53.607	117	4.180	454.100	458.280	118

Izvor: Statistička izvješća HTZ-TZIŽ-TZO Brtonigla, siječanj 2014.

2.3. Statistika po zemljama

Za razliku od opće slike ostvarene u turističkom prometu Hrvatske i Istre, protekla je godina na lokalnoj razini bila godina u kojoj su potvrđeni pozitivni rezultati, po broju dolazaka i noćenja, na svim ključnim emitivnim tržištima. Iznimku čine Talijani koji su po broju dolazaka podbacili za 1%, iako su duže boravili i time ostvarili više noćenja nego u 2012. godini (+7%).

Tablica 5. Pregled ostvarenih dolazaka i noćenja u 2013. godini po zemljama.

Zemlja	2012		2013		Index 2013/2012	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Austrija	4.498	27.122	5.606	34.773	125	128
Danska	2.556	23.910	3.042	28.621	119	120
Italija	4.783	25.409	4.732	27.234	99	107
Nizozemska	7.579	88.398	8.093	94.360	107	107
Njemačka	15.425	146.285	18.367	175.408	119	120
Slovenija	3.705	28.328	4.940	32.983	133	116
Ostale zemlje	7.150	49.961	8.827	64.901	123	130
Ukupno	45.696	389.413	53.607	458.280	117	118

Izvor: Statistička izvješća TZO Brtonigla, siječanj 2014.

3. ADMINISTRATIVNI MARKETING

Administrativni marketing obuhvaća sve poslove ureda turističke zajednice. U administrativne rashode se ubrajaju rashodi za radnike, rashodi ureda, rashodi za rad tijela turističke zajednice, rashodi najma poslovnog prostora te rashodi za godišnju članarinu udruzi 'Gradovi vina/Citta` del vino'.

U nastavku se iznosi pregled planiranih i utrošenih sredstava za navedene aktivnosti sukladno Rebalansu Financijskog plana, koji je usvojen u prosincu 2013. godine.

3.1. Rashodi za radnike

U Turističkom uredu s cjelogodišnjim poslovanjem zaposlene su 2 osobe na neodređeno vrijeme, direktorica ureda i referentica za administrativne i promidžbene poslove. Od siječnja do svibnja te od sredine rujna do prosinca radno vrijeme ureda je radnim danom od 08 do 15 sati i subotom od 08 do 12 sati. Od lipnja do rujna turistički informativni centar Brtonigla pokriva radno vrijeme od 08 do 19 sati radnim danom, odnosno dvokratno nedjeljom, a za čije je nesmetano funkcioniranje zaposlena jedna dodatna osoba putem studentskog ugovora.

Turistički informativni centar - info punkt u kampu CampingIN Park Umag sezonskog je karaktera te je otvoren od sredine lipnja do sredine rujna. U njemu je zaposlena jedna osoba putem studentskog ugovora, a info punkt radi svaki dan u poslijepodnevnim i večernjim satima, prema procijenjenom terminu u kojem se bilježi najveći promet gostiju. Osoba zaposlena kao informator ujedno prati goste na promo izletu koji je i u 2013. godini realiziran u suradnji s Općinom Brtonigla i Razvojnoum agencijom Brtonigla u cilju promocije i predstavljanja posjetiteljima ruralnog općinskog područja, njegovih glavnih atraktivnosti i lokalnih proizvođača. Izletom je u 2013. godini Brtoniglu posjetilo 130 osoba.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rashodi za radnike		
Ured (kontinuirano)	217.000 kn	217.506 kn
TIC Brtonigla (kontinuirano)	100.000 kn	99.250 kn
TIC Kamp Park Umag (lipanj-rujan)	14.671 kn	14.671 kn
Ostali rashodi (put.troškovi, dnevnice) (kontinuirano)	2.000 kn	1.258 kn
Ukupni iznos	333.671 kn	332.685 kn

U 2013. godini zabilježeno je značajno povećanje rashoda za radnike u iznosu od 37% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine iz razloga što su za mjesec ožujak, travanj i svibanj istovremeno izdvojena

sredstva za plaću zamjenice direktorice, prijavljene do 29.05.2013., uključujući i korištenje pripadajućeg godišnjeg odmora, i za direktoricu, na povratku s rodiljnog dopusta od 26.03.2013., uz korištenje pripadajućeg godišnjeg odmora.

3.2. Rashodi ureda

U okviru rada turističkog ureda svakodnevno su se obavljali stručni i administrativni poslovi, financijski i knjigovodstveni, kadrovski i opći poslovi, zatim poslovi evidencije i vođenja statističkih podataka utvrđenih propisima i aktima Zajednice, pružale usluge informiranja gostiju, u TIC-u Brtonigla i TIC-u Kamp Park Umag, organiziranja i koordiniranja manifestacija u nadležnosti TZ-a, izrađivale analize te pripremali drugi materijali za potrebe tijela Zajednice i pripremale sjednice tijela Zajednice te izrađivali i izvršavali akti tijela Zajednice sukladno Financijskom planu.

U cilju kvalitetnijeg predstavljanja u skladu sa standardima i općim izgledom kampa, u TIC-u Kamp Park Umag obavljani su poslovi uređenja okoliša i sadnje biljaka, što je naknadno dogovoreno prema novonastaloj potrebi i ugrađeno u Rebalans Financijskog plana.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rashodi ureda		
Ukupni iznos	126.374 kn	129.094 kn

3.3. Rashodi za rad tijela turističke zajednice

U 2013. godini održane su redovne sjednice tijela Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora TZ Općine Brtonigla.

Skupština TZO Brtonigla

U 2013. godine održane su dvije sjednice Skupštine sa sljedećim točkama dnevnog reda:

- 8. sjednica Skupštine - travanj 2013. godine – Dnevni red: 1. Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 7. sjednice Skupštine Turističke zajednice Općine Brtonigla; 2. Usvajanje Godišnjeg financijskog izvješća i Izvješća o radu za razdoblje siječanj - prosinac 2012. godine; 3. Usvajanje Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem TZO Brtonigla za godišnje razdoblje; 4. Razno.

- 9. sjednica Skupštine –prosinac 2013. godine – Dnevni red: 1. Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 8. sjednice Skupštine Turističke zajednice Općine Brtonigla; 2. Prijedlog usvajanja Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem TZO Brtonigla za razdoblje siječanj – lipanj 2013.; 3. Prijedlog usvajanja Rebalansa Financijskog plana TZO Brtonigla za 2013. godinu; 4. Prijedlog usvajanja Programa rada i Financijskog plana TZ Općine Brtonigla za 2014.g.; 5. Imenovanje predstavnika iznajmljivača obiteljskog smještaja u strukovne skupine obiteljskog smještaja i turizma na lokalnoj razini (SSOST); 6. Razno.

Turističko vijeće TZO Brtonigla

U 2013. godini održane su 3 sjednice Turističkog vijeća sa sljedećim točkama dnevnog reda:

- 14. sjednica Turističkog vijeća – travanj 2013. godine - Dnevni red: 1. Verifikacija Zapisnika sa 13. sjednice Turističkog vijeća TZO Brtonigla; 2. Usvajanje Godišnjeg financijskog izvješća i Izvješća o radu za razdoblje siječanj - prosinac 2012. godine; 3. Usvajanje Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem TZO Brtonigla za godišnje razdoblje; 4. Razno
- 15. sjednica Turističkog vijeća – kolovoz 2013. godine – Dnevni red: 1. Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 14. sjednice Turističkog vijeća TZO Brtonigla; 2. Prijedlog usvajanja Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za razdoblje siječanj – lipanj 2013. godine; 3. Pregled turističkog prometa za razdoblje siječanj – srpanj 2013. godine i realiziranih aktivnosti u prvom polugodištu tekuće godine; 4. Razno.
- 16. sjednica Turističkog vijeća – prosinac 2013. godine – Dnevni red: 1. Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 15. sjednice Turističkog vijeća TZO Brtonigla; 2. Prijedlog usvajanja Rebalansa Financijskog plana TZO Brtonigla za 2013. godinu; 3. Prijedlog usvajanja Programa rada i Financijskog plana TZ Općine Brtonigla za 2014. godinu; 4. Prijedlog usvajanja Programa korištenja boravišne pristojbe u 2014. godini; 5. Razno.

Nadzorni odbor TZO Brtonigla

U 2013. godini održane su 2 sjednice Nadzornog odbora sa sljedećim točkama dnevnog reda:

- 6. sjednica Nadzornog odbora – travanj 2013. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija Zapisnika sa 5. sjednice Nadzornog odbora TZO Brtonigla; 2. Usvajanje Godišnjeg financijskog izvješća i Izvješća o radu za razdoblje siječanj – prosinac 2012. godine; 3. Razno.
- 7. sjednica Nadzornog odbora – kolovoz 2013. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija Zapisnika sa 6. sjednice Nadzornog odbora TZO Brtonigla; 2. Donošenje Izvješća o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za razdoblje siječanj – lipanj 2013. godine.

Greškom zamjenice direktorice, za vrijeme odsustva direktorice ureda, obračun naknada članovima tijela TZ-a za sudjelovanje na sjednicama u 2012. godini nije pravovremeno predan u računovodstvenu službu te je iz tog razloga naknada isplaćena u 2013. godini, a rashodi bilježe povećanje u odnosu na plan jer su pod navedenom stavkom evidentirane naknade za dvije godine, 2012. i 2013.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rashodi za rad tijela turističke zajednice	20.000 kn	24.194 kn
Ukupni iznos	20.000 kn	24.194 kn

3.4. Najam poslovnog prostora

Od 2012. godine Turistički ured se nalazi na novoj adresi sjedišta, u ulici Mlinska 2, u prizemlju zgrade budućeg Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva. U okviru mjesečnog najma koji se plaća najmodavatelju – Općini Brtonigla, obuhvaćeni su troškovi struje i vode, koje nije potrebno dodatno planirati, što je ispravljeno u Rebalansu Financijskog plana. Cijena najma, međutim, ne obuhvaća komunalne usluge.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Najam poslovnog prostora	29.400 kn	29.968 kn
Ukupni iznos	29.400 kn	29.968 kn

3.5. Članarina udruzi Gradovi vina/Citta` del vino

I u 2013. godini TZO Brtonigla je ispunio obvezu uplate godišnje članarine kao član udruge Gradovi vina (Citta` del vino). Za razliku od prethodnih godina, iznos članarine je znatno smanjen zbog dugogodišnjeg članstva i stjecanja povlaštene cijene članarine.

I u 2013. godini je nastavljena suradnja s udrugom suradnjom na promociji vinskih destinacija, posebice kroz manifestacije. Tako je TZO Brtonigla ponovno obilježila Zvezdane kaleže (Calici di stelle), koji se održavaju na obalnom dijelu općine, u kampu CampingIN Park Umag, pri čemu Brtonigla predstavlja jedinu destinaciju u kojoj se spomenuta manifestacija organizira izvan Italije. Riječ je vinskoj manifestaciji na kojoj se promoviraju vina i vinari s brtoniškog područja uz poseban glazbeni program i stručno vođenje u promatranju zvijezda.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Članarina udruzi Gradovi vina / Citta` del vino	1.908 kn	1.908 kn
Ukupni iznos	1.908 kn	1.908 kn

4. DIZAJN VRIJEDNOSTI

4.1. Potpore manifestacijama

Na radionicama DMM (Destinacijski Marketing Menadžment), koje su održane u lipnju 2010. godine, usuglašeno je da eventni predstavljaju vrlo važan dio turističke ponude klastera te da je potrebno zajednički raditi na unapređenju postojećih te organiziranju novih. Strategija razvoja klusterskih evenata uključuje zajednički razvoj i komercijalizaciju evenata sa jakim karizmom na nivou cijelog klastera.

Definirane su i aktivnosti u razvoju i upravljanju klusterskim eventima:

- a) definiranje klusterskih evenata (postojećih i novih)
- b) grupiranje evenata u tematske cjeline

U cilju definiranja evenata na nivou turističkog klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, postavljanja zajedničkih kalendara te podjele aktivnosti i odgovornosti među sudionicima, eventni su primarno grupirani u četiri tematske cjeline:

- Zabava
- Kultura
- Sport i rekreacija
- Gourmet

- c) unapređenje postojećih i razvoj novih klusterskih evenata

- d) promoviranje clusterskih evenata

Clusterski eventni bili su naglašeno promovirani putem aktivnosti marketing plana clustera te putem marketinških aktivnosti dionika clustera.

Na klusterskoj razini nastavilo se s održavanjem ciklusa posebnih tematskih gourmet manifestacija (Dani jadranskih lignji, Dani školjaka, Dani šparuga, Dani švoja) koje se održavaju isključivo u pred i postsezonskom razdoblju s ciljem produženja sezone i stvaranja dodatnih motiva dolaska gostiju u vanezonskim terminima. Uspjeh ovih manifestacija, koje se obilježavaju u suradnji sa zainteresiranim

ugostiteljskim objektima koji su uvršteni u Gourmet vodič klastera i Istre, u prosincu 2013. godine prepoznat je i nagrađen od strane županijske turističke zajednice i nagrađen Zlatnom kozom u kategoriji evenata. Pored gourmet, organizirane su i klasterske sportske manifestacije, među kojima i bike manifestacije (Istria Granfondo i Istria Bike days).

Na lokalnoj razini u 2013. godini je po prvi put održana nova tematska manifestacija, Choco & Wine fest, koja je izazvala veliko zanimanje od strane posjetitelja i ostavila prostora daljnjem unaprijeđenju i profiliranju na regionalnom i širem području. Festival čokolade i vina održan je na isti dan i u kombinaciji sa sportskom manifestacijom Brtonigla Adventure Trekk, koja je podržana od strane cijelog klastera, a čiji je glavni organizator pazinsko sportsko društvo Trickeri.

Na lokalnoj razini određene su manifestacije održane tijekom ljetnih mjeseci (srpanj-kolovoz-rujan) kada na općinskom teritoriju boravi najviše gostiju. Pored tradicionalnog Festivala istarske malvazije, Fešte Sv. Roka, jesenskih Dana gljiva u organizaciji Društva gljivara Bujštine 'Boletus' – podružnice Brtonigla te zimskog božićnog sajma, pružana je potpora brtoniškoj udruzi starih zanata Maison chic, u organizaciji dva sajma, u proljetnom i jesenskom izdanju.

Mjesni odbori, uz potporu Općine Brtonigla i TZO Brtonigla, organizirali su svoje tradicionalne pučke fešte, među kojima s turističkog aspekta, valja posebno izdvojiti Večeri Karigadora. Riječ je o dvodnevnoj zabavi koja se održava na atraktivnoj lokaciji, na samoj plaži u Karigadoru, poveznica Fiorina, Karigadora i kampa Park Umag.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Potpore manifestacijama		
zabavne	66.590 kn	67.194 kn
kulturne	2.090 kn	2.090 kn
sportske	6.000 kn	3.000 kn
gourmet	87.201 kn	86.063 kn
ekološke	777 kn	777 kn
Ukupni iznos	162.658 kn	159.124 kn

4.2. Razvoj proizvoda

Sukladno zajedničkom Marketing planu klastera Umag-Novigrad-Brtonigla-Buje za 2013. godinu, tijekom 2013. godine nastavilo se s osmišljavanjem, kreiranjem i realizacijom novih motiva dolaska gostiju na područje klastera. U tu svrhu nastavilo se s ulaganjem u razvoj 5 ključnih destinacijskih proizvoda, a to su nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet. TZO Brtonigla financijski sudjeluje u razvoju bike i gourmet proizvoda.

Sukladno zajedničkom Marketing planu za 2013. godinu za klaster Sjeverozapadne Istre, realizirane su planirane aktivnosti za kvalitetnu pripremu turističke sezone, aktivnosti razvoja destinacijskih projekata i razvoja proizvoda gourmet, bike, wellness, nogomet i tenis. Među brojnim aktivnostima razvoja gourmet proizvoda, tijekom trajanja manifestacije Dani istarskih šparuga, realiziran je projekt mjerenja kvalitete usluga metodom tajnog gosta, čiji su rezultati prezentirani ugostiteljima koji su uključeni u projekt s ciljem poboljšanja i podizanja standarda kvalitete ove manifestacije.

4.2.1. Bike proizvod

U 2013. godini nastavljen je razvoj bike proizvoda, primarno kroz ciljane prezentacije i nastupe na specijaliziranim sajmovima za bike segment i sport općenito, zatim kroz PR aktivnosti putem objava članaka u medijima, organiziranom posjetu novinara, ciljanim marketinškim kampanjama, izradom foto i video produkcije, pripreme vizualnog koncepta štanda za sajmove.

U okviru razvoja ovog proizvoda, ponovljena je organizacija specijaliziranih bike manifestacija u postsezonskom razdoblju. Veliki jesenski maraton Istria Granfondo, održan početkom listopada, predstavlja popularan oblik cestovnog biciklističkog događanja koji svake godine privlači sve veći broj sudionika, ali i pratitelja ove zanimljive dvodnevne manifestacije.

Istria Bike Days, jesenski biciklistički program, na rasporedu od druge polovice rujna do sredine listopada, obuhvaća brojne biciklističke manifestacije i posebno kreirane pakete i ponude koje proširuju bike aktivnosti na dodatne sadržaje i mogućnosti s ovog područja.

Zbog dovoljnih količina specijaliziranih klsterskih mapa, u 2013. godini se išlo u tisak isključivo bike vodiča. Na godišnjoj razini, izrađen je poseban info letak s pregledom rasporeda svih bike manifestacija, profesionalnih i rekreativnih, koje se održavaju tijekom godine na području klastera.

I protekle godine izdvojena su sredstva za održavanje i postavljanje unificirane biciklističke signalizacije za cijeli klaster, tj. velikih info bike tabli, koje su unificiranog izgleda te nude prolaznicima, biciklistima i pješacima mogućnost pregleda mape cijelog teritorija klastera s prikazom atraktivnosti i zanimljivosti. Nadalje, unaprijeđene su usluge za bicikliste u objektima s oznakom Bike Hotels, u koje je iz Brtonigle uvršten hotel San Rocco.

U 2013. godini, iako planirana, nije bilo potrebno izdvojiti sredstva za održavanje biciklističkih staza na općinskom području.

4.2.2. Gourmet proizvod

Brojne su aktivnosti koje su realizirane u segmentu razvoja gourmet proizvoda, u suradnji s klsterskim Odborom za gourmet proizvod. Nastavljena je organizacija, ali i poboljšanje, tematskih gourmet manifestacija, a upravo u tu svrhu, tijekom održavanja proljetne manifestacije Dani istarskih šparuga, realiziran je projekt mjerenja kvalitete usluga metodom tajnog gosta, čiji su rezultati prezentirani ugostiteljima koji su uključeni u projekt s ciljem poboljšanja i podizanja standarda kvalitete ove manifestacije. Ponavljanje ove aktivnosti planirano je i za 2014. godinu u cilju postizanja kontinuiranog praćenja uspješnosti realizacije manifestacije, ali i podizanja standarda koje ugostitelji moraju zadovoljiti da bi bili uvršteni u manifestaciju.

U pred i postsezonskom razdoblju organizirane su ciljane gourmet prezentacije i promocije u inozemstvu, organizirani posebni press tripovi za renomirane predstavnike medija (većinom iz Hrvatske, Njemačke i Engleske, te je nastavljena promocija gourmet proizvoda i manifestacija putem talijanskog PR agenta za ciljane PR aktivnosti putem objava članaka u medijima, organizirani su posjeti novinara, realizirane ciljane marketinške kampanje, izrađena foto i i video produkcija.

U 2013. godini se realiziralo ažuriranje i tisak klsterskog gourmet vodiča.

Dio udjela TZO Brtonigle u ukupno planiranim sredstvima za razvoj gourmet proizvoda, uslijed negativne financijske situacije TZO Brtonigle potkraj godine, a temeljem posebne Odluke odbora klstera Umag-Novigrad-Brtonigla-Buje od prosinca 2013. godine, prebačen je u 2014. godinu što je evidentirano u Rebalansu Financijskog plana za 2013. godinu.

4.2.3. TZO Brtonigla

Na lokalnoj razini sredstva za razvoj proizvoda u 2013. godini Rebalansom Financijskog plana su izostavljena, primarno iz razloga financijske nemogućnosti realizacije, a dijelom i zbog nepostojanja subjekta koji je ranije surađivao na održavanju pješačkih staza na općinskom području. Naime, od 2012. godine brtoniška udruga Prijatelji prirode Zenon više nije aktivna te se nažalost staze nisu održavale. U

suradnji s Općinom Brtonigla i nekolicinom volontera i aktivista iz Brtonigle nastoji se pronaći rješenje ove situacije kako bi postojeće staze bile kvalitetno uređene za prihvata zainteresiranih gostiju.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Razvoj proizvoda		
Bike	23.768 kn	27.640 kn
Gourmet	22.500 kn	18.891kn
TZ Brtonigla (pješačke staze)	0 kn	0 kn
Ukupni iznos	46.268 kn	46.531 kn

5. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

5.1. Online komunikacija

Ulaganje u online komunikaciju TZO Brtonigla realizira u suradnji s TZIŽ-om i na klsterskoj razini u suradnji s partnerom Istra D.M.C., obzirom da je online komunikacija postala prioritetni kanal promocije.

U 2013. godini turističke zajednice klastera gradova Umag, Novigrad, Buje i općine Brtonigla nastavile su razvoj zajedničkih projekata u online segmentu.

Projekt destinacijskog web portala www.coloursofistria.com predstavlja jedan od kanala zajedničke promocije cjelokupne turističke ponude sa područja Sjeverozapadne Istre. Primjer je projekta javno-privatnog partnerstva u koji su uključene turističke zajednice gradova Umag, Novigrad, Buje i općine Brtonigla te hotelske kompanije Istraturist Umag i Laguna Novigrad, koji i kroz ovaj kanal promocije zajednički rade na daljnjem razvoju Sjeverozapadne Istre koja želi unapređenjem kvalitete svoje ponude učvrstiti poziciju destinacije idealne za odmor.

U 2013. godini aktivnosti e-marketinga obuhvaćale su stabiliziranje pozicije centralnog web portala na razini klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, realizaciju e-promocija destinacije, nastavak realizacije SEO strategije i ostvarenje intenzivne prisutnosti na društvenim mrežama.

Aktivnosti su sufinancirane od strane dionika prema udjelima u ukupnom broju realiziranih noćenja turističkih zajednica na nivou klastera, uz sufinanciranje pripadajućih turističkih zajednica od strane hotelskih kompanija partnera.

Veći dio udjela TZO Brtonigle u ukupno planiranim sredstvima za e-marketing, uslijed negativne financijske situacije TZO Brtonigle potkraj godine, a temeljem posebne Odluke odbora klastera Umag-Novigrad-Brtonigla-Buje od prosinca 2013. godine, prebačen je u 2014. godinu što je evidentirano u Rebalansu Financijskog plana za 2013. godinu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Online komunikacija		
Internet stranice i društvene mreže	54.614 kn	26.346 kn
SEO strategija	11.650 kn	0 kn
Destinacijski info i prodajni centar	808 kn	808 kn
Ukupni iznos	67.072 kn	27.154 kn

5.2. Offline komunikacija

5.2.1. PR aktivnosti – odnosi s javnošću

Pored sredstava za aktivnosti PR usluga koje su navedene pod razvojem posebnih proizvoda na nivou klastera, TZO Brtonigla participira u sufinanciranju PR aktivnosti u organizaciji TZIŽ-a, sukladno zajedničkom Marketing planu za 2013. godinu i prema potrebi i raspoloživim mogućnostima koje su ograničene, sudjeluje u prihvatu i smještaju novinara na boravku u Brtonigli npr. za vrijeme trajanja određene općinske manifestacije.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
PR aktivnosti – odnosi s javnošću		
Ukupni iznos	1.872 kn	1.468 kn

5.2.2. Brošure i ostali tiskani materijal

U izradi brošura i kompletnog tiskanog materijala TZO Brtonigla sudjeluje s TZIŽ-om na regionalnom nivou, s turističkim zajednicama klastera Umaga, Novigrada i Buja, a dijelom odrađuje samostalno na lokalnoj razini.

S TZIŽ-om participacija je temeljena na zajedničkom Marketing planu za 2013. godinu, a odnosi se na izradu image brošura Istre i posebnih brošurica po proizvodima. U ovu stavku uvršteno je i sufinanciranje aplikacije za Arhinet, sustav za zaštitu arhivskog gradiva.

Od klasterskih promomaterijala realiziran je Gourmet vodič sjeverozapadne Istre - vodič s najboljim restoranima, konobama i agroturizmima područja te popisom vinara i uljara, zatim Kalendar događanja za 2013. godinu – kraći pregled svih kulturno-zabavnih događanja i manifestacija na području Umaga, Novigrada, Brtonigle, Buja, Grožnjana i Oprtlja. Tiskan je i bike vodič, ali bez mapa obzirom da je preostala dovoljna količina iz prethodne godine. Nije tiskan image katalog koji je u planu za ažuriranje i tisak u 2014. godini.

Svi materijali tiskani su u 4 jezične varijante (HR-IT-EN-DE), dostupni su na destinacijskom webu www.coloursofistria.com u pdf formatu, a bili su na raspolaganju gostima u info punktovima, na svim manifestacijama održanim na općinskom području, prezentacijama i sajmovima.

Na lokalnoj razini, zbog nedovršenog ažuriranja podataka i nedostatka financijskih sredstava, TZO Brtonigla nije realizirala info mapicu o Brtonigli, već je dovršen dizajn na što se odnose utrošena sredstva. Dovršetak i tisak nove mapice, s klasterskim vizualnim identitetom i osnovnim informacijama koje su potrebne posjetiteljima na području općine, planira se za proljeće 2014. godine na uobičajenoj četverojezičnoj varijanti.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Brošure i ostali tiskani materijal		
TZIŽ	2.827 kn	5.115 kn
Cluster		
image katalog	0 kn	0 kn
gourmet vodič	11.000 kn	14.360 kn
bike vodič	8.455 kn	8.455 kn
kalendar događanja	8.248 kn	8.248 kn
TZO Brtonigla		
plan Brtonigle	6.463 kn	6.463 kn
Ukupni iznos	36.993 kn	42.641 kn

5.2.3. Signalizacija i ostalo

Sukladno planu i realnim financijskim mogućnostima, u 2013. godini se pristupilo realizaciji odnosno dopuni postojeće smeđe turističke signalizacije na općinskom području pri čemu su postavljene dodatne

ploče na postojeće table za označavanje ključnih subjekata koji su izostajali te za korekciju postojećih tabli.

Od ostalih aktivnosti pod offline komunikacijom, izostavljeni su realizacija info tabli odnosno panoa dobrodošlice, smatrajući da nisu prioritetni u 2013. godini pored već postojećih tabli, a pod stavkom suveniri izdvojena su minimalna sredstva za nabavku poklona poslovnim partnerima odnosno novinarima prilikom posjete Brtonigla u okviru značajnijih manifestacija.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Info table	0 kn	0 kn
Smeđa signalizacija	20.025 kn	20.025 kn
Suveniri	2.000 kn	1.402 kn
Ukupni iznos	22.025 kn	21.427 kn

5.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U 2013.godini ukupna vrijednost Marketing plana Turističke zajednice Istarske županije iznosila je 48.273.101 kuna. TZO Brtonigla participirala je u visini od 72.694,00 kuna, od čega najveći iznos namijenjen realizaciji udruženog oglašavanja po modelima :

- Promotivne kampanje – HTZ - Opća promocija destinacije (Model II.) - za opće promotivne kampanje u pred i posezoni u 2013.
- Promotivne kampanje – HTZ - Oglašavanje organiziranih programa destinacijske ponude (Model IV. – za promotivne kampanje kanala zračnih prijevoznika, koji u 2013. imaju programe za Hrvatsku u razdoblju predsezone i posezone

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Udruženo oglašavanje (TZIŽ)		
Model II.	31.704 kn	31.704 kn
Model IV.	31.704 kn	31.704 kn
Ukupni iznos	63.408 kn	63.408 kn

5.4. Oglašavanje

Kulturno zabavne manifestacije u suorganizaciji TZO Brtonigla, Općine Brtonigla i Razvojne agencije Brtonigla, aktivno su najavljivane, promovirane i praćene putem radio postaja lokalnog i regionalnog karaktera. Tako su na godišnjoj razini sklopljeni ugovori sa županijskom radio mrežom Radio Istra i Radio Eurostarom. Također, za potrebe važnijih manifestacija (Choco & Wine fest, Festival istarske malvazije, Fešta Sv. Roka) u suradnji s TV postajom TV Istra, realizirane su i višekratno emitirane reportaže na ovoj regionalnoj TV postaji. Dodatno, na temelju godišnjeg ugovora o suradnji, sudjelovalo se u projektu Moja Istra pri čemu su izrađene posebne promo reportaže s glavnih manifestacija te emitirane putem šire mreže regionalnih postaja u Hrvatskoj. Po potrebi se sudjelovalo u promociji manifestacija u mjesečnom magazinu Bujština.

Osim najave i promocije manifestacija, za čije se potrebe primarno koriste usluge oglašavanja, Brtonigla kao turističko mjesto na kojem je smješten jedan od vodećih kampova u Hrvatskoj, sudjelovala je u oglašavanju u suradnji s Kamping udruženjem Hrvatske (KUH) u katalogu *Najbolji kampovi Hrvatske*. Katalog je izašao početkom 2013. godine na 5 jezičnih varijanti (EN, DE, NL, IT, SLO) i distribuiran na svim ključnim sajmovima za kamping ponudu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Oglašavanje	69.819 kn	68.731 kn
Ukupni iznos	69.819 kn	68.731 kn

5.5. Promocija turističke destinacije – projekt Vina Sjeverozapadne Istre

Sufinanciranje promocije Vina Sjeverozapadne Istre podržano je na razini klastera od turističkih zajednica Umaga, Novigrada, Brtonigle i Buja. U sklopu projekta „Vinomat“ tijekom turističke sezone 2013. godine u tim objektima prodavala su se autohtona vina sjeverozapadne Istre. Za tu potrebu postavljeni su vinomati u smještajnim objektima Istraturista Umag d.d. Vinomati su postavljeni na Istria Experience info punktovima u CampingIN Park Umagu i Stella Maris resortu te na recepciji Melia Istrian Villas. Na tim su se lokacijama nudile degustacije i prodaja vina lokalnih vinara od srpnja do listopada 2013. godine.

6. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

U sklopu aktivnosti distribucije i prodaje vrijednosti TZO Brtonigla je sudjelovala s klasterom na prezentacijama u Istri (Tuberfest), dok je u srpnju, u suradnji s Općinom Brtonigla, Razvojnoum agencijom Brtonigla i gourmet restoranom San Rocco iz Brtonigle, TZO Brtonigla sudjelovala u prezentaciji općinskog projekta 4 zemlje na posebnom gourmet eventu u okviru ATP-a u Umagu. Prezentacija je bila zatvorenog tipa, organizirana za posebne goste iz javnog života na regionalnoj razini, te za specijalizirane gourmet novinare iz Hrvatske i Slovenije. Iznos participacije za ovu prezentaciju ugrađen je u Rebalans Financijskog plana za 2013. godinu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Distribucija i prodaja vrijednosti	8.750 kn	8.750 kn
Ukupni iznos	8.750 kn	8.750 kn

7. INTERNI MARKETING

Sredstva koja su uobičajeno planirana za pripremu i realizaciju godišnjih izvještaja TZ-a evidentirana su pod troškovima ureda, tj. administrativnim troškovima. Trošak papira, printanja i uvezivanja nije bio značajan, već je ušao u redovne troškove poslovanja ureda TZ-a.

Pod stavkom edukacije zaposlenika, izdvojena sredstva odnose se na sudjelovanje na stručnim predavanjima koja su bila organizirana na području klastera.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Interni marketing	1.374 kn	1.374 kn
Ukupni iznos	1.374 kn	1.374 kn

8. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

U 2013. godini realizirana je dopuna baze fotografija reportažnim snimanjem s važnijih manifestacija (Festivala istarske malvazije, Fešta Sv. Roka) kako bi se realizirane fotografije mogle upotrijebiti za potrebe web-a i kataloga.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Baza fotografija i filmova	2.860 kn	2.860 kn
Ukupni iznos	2.860 kn	2.860 kn

9. POSEBNI PROGRAMI

Pod posebnim programima evidentirano je sufinanciranje turističkih agencija, konkretno agencije Fe-Mi tours iz Karigadora u smislu realizacije promo zastavica koje su istaknute ispred poslovnice agencije. Ova turistička agencija već duži niz godina ujedno predstavlja svojevrstni info punkt za potrebe klastera, pružanjem informacija gostima i prolaznicima i distribucijom klusterskih promotivnih materijala i brošura te promocijom manifestacija.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Posebni programi	3.675 kn	3.675 kn
Ukupni iznos	3.675 kn	3.675 kn

10. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI BRTONIGLA

U skladu s usvojenim Financijskim planom te potom Rebalansom Financijskog plana za 2013. godinu, u 2013. godini izvršen je transfer po osnovi uplaćene boravišne pristojbe u ukupnom iznosu od 350.000,00 kuna, od čega 99.000,00 kuna za pokrivanje duga iz prethodne 2012. godine, i 251.000,00 kuna za 2013. godinu. Obzirom na problem nelikvidnosti TZO Brtonigle na kraju 2013. godine, primarno zbog akumuliranih i prenesenih dugovanja iz 2011. i 2012. godine, na prijedlog tijela Turističkog vijeća i Skupštine, i temeljem Odluke Općinskog vijeća Općine Brtonigla, dio dugovanja iz 2013. godine prenesen je i ugrađen u Financijski plan za 2014. godinu.

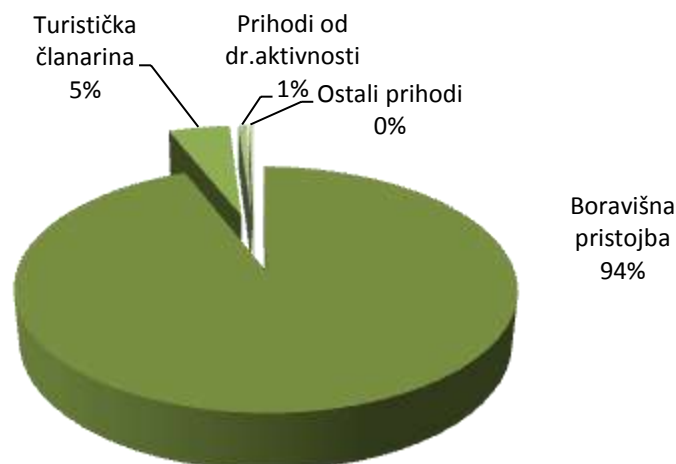
11. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

PRIHODI

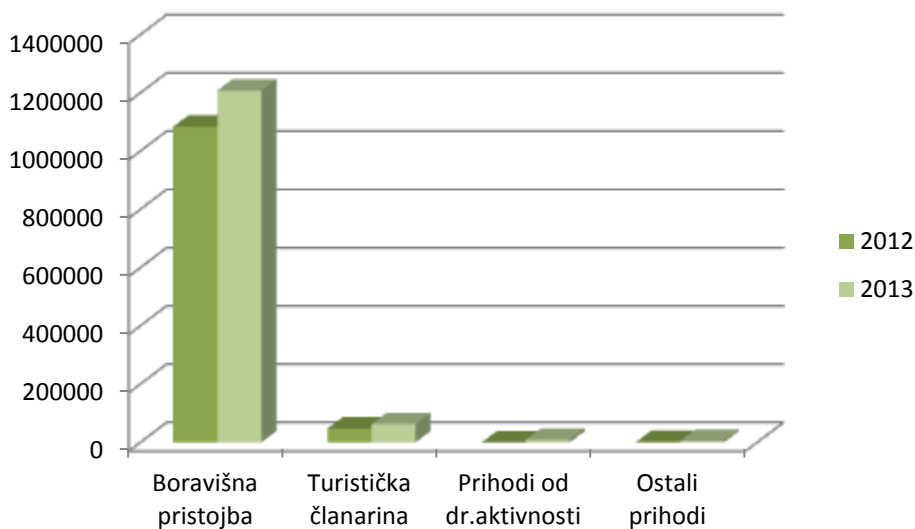
Ukupni ostvareni prihodi u 2013. godini iznose 1.284.922,00 kuna, što predstavlja višak od 13% u odnosu na ostvarenje u prethodnoj 2012. godini.

U 2013. godini izvori prihoda TZO Brtonigle bili su prihodi od boravišne pristojbe, prihodi turističke članarine, prihodi od drugih aktivnosti (sufinanciranje programskih aktivnosti do strane TZIŽ-a), i ostali nespomenuti prihodi. Povećanje ukupnih prihoda primarno je rezultat povećanja prihoda po osnovi boravišne pristojbe koji iznose 1.208.464,00 kuna odnosno povećanje od 11%, ali i turističke članarine koji iznose 62.840,00 kuna, odnosno 32% u usporedbi s 2012. godinom.

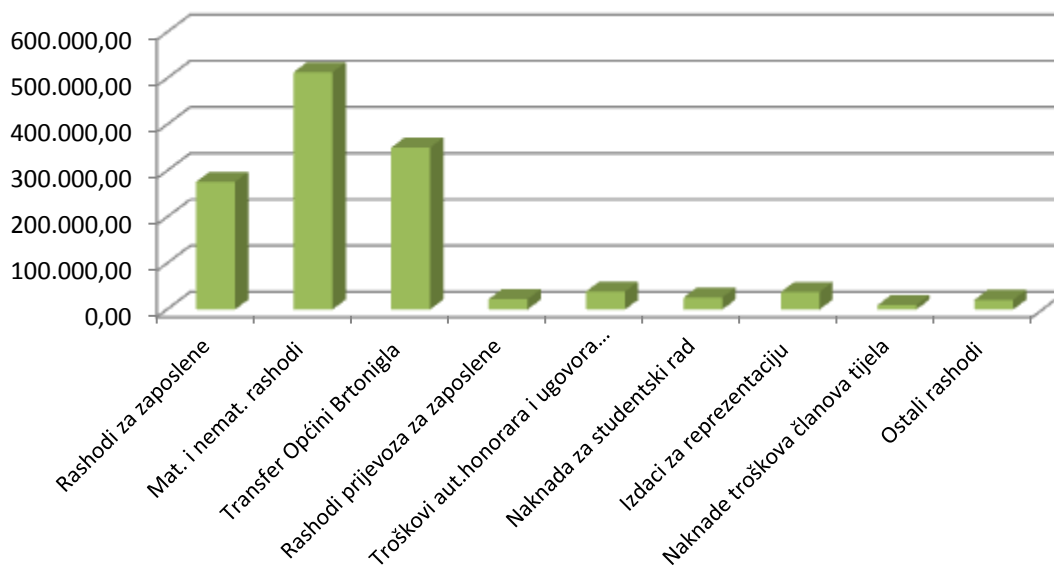
Grafikon 1. Struktura prihoda TZO Brtonigla za 2013. godinu



Izvor: Financijska izvješća TZO Brtonigla, veljača 2014.

Grafikon 2. Usporedba ostvarenja prihoda u 2013. i 2012.godini**RASHODI**

Ukupni ostvareni rashodi za 2013. godinu iznose 1.295.146,00 kuna, a ostvareni su u iznosu 11% većem u odnosu na ostvarenje u 2012. godini. Glavni rashodi odnose se na materijalne i nematerijalne rashode (udio od 40%) i rashode za zaposlene (udio od 21%).

Grafikon 3. Pregled rashoda TZO Brtonigla za 2013.godinu

OSTVARENI REZULTAT

U promatranom razdoblju na godišnjoj je razini zabilježen manjak prihoda u iznosu od 10.224,00 kune, što ipak predstavlja poboljšanje u odnosu na prethodnu godinu, kada je preneseni manjak iznosio 31.420,00 kuna. Navedeni manjak prihoda za 2013.g. razlikuje se od iskazanog u pregledu realizacije po točkama Financijskog plana TZO Brtonigla za 102.397,00 kn prvenstveno radi drugačijeg načina evidentiranja obveze po glavnici dugoročnog kredita (2010-2014) i iskazivanja manjka prethodne godine. U financijskom planu TZO Brtonigla iskazuje se manjak ostvaren u 2012. u iznosu od 66.519,00 kn (31.420,00 kn manjak prihoda i glavnica kredita 35.099,00 kn) i iznos glavnice kredita za 2013. g. (35.878,00 kn), dok se u Izvještaju o prihodima i rashodima neprofitnih organizacija iskazuje samo manjak tekuće godine i obveze po glavnici dugoročnog kredita nisu uključene. Naime, dugoročni kredit je odobren u 2009.godini, kada je od Istarske kreditne banke Umag d.d. dobiven iznos od 170.965,05 kn, sredstva su iste godine iskorištena i trošak je u cijelosti evidentiran pod posebnom točkom Financijskog plana za tu godinu, obuhvaćajući iznos kredita uz dodatak troškova kredita. U sljedećim razdobljima, od 2010. godine, pojavljuje se navedena razlika u otplati glavnice zbog toga što dok se u računovodstvenim izvješćima evidentiraju samo troškovi kamata na kredit, u Financijskom planu TZO Brtonigle, pod jednom zajedničkom točkom, evidentiraju se glavnica i kamate zajedno, kao iznos rashoda koji realno treba planirati za određeno obračunsko razdoblje.

Unatoč značajnom povećanju ostvarenih prihoda po gore navedenim izvorima, manjak prihoda na kraju obračunskog razdoblja rezultat je, prvenstveno, prenesenog manjka prihoda i prenesenih dugovanja iz ranijeg obračunskog razdoblja, povećanja rashoda za radnike, materijalnih rashoda, prvenstveno uslugepromidžbe i informiranja. Dodatno, povećanje rashoda zabilježeno je za intelektualne i osobne usluge te za reprezentaciju.

12. ZAKLJUČAK

U 2013. godini, Turistički ured TZO Brtonigla uspio je realizirati većinu planiranih programa i aktivnosti unatoč otežanoj okolnosti s financijskog aspekta zbog prijenosa dugovanja iz prethodnih razdoblja i otplaćivanja bankovnog kredita iz 2009. godine, koja će u 2014. biti posljednja, u pogledu otplate kredita.

U 2013. godini nastavilo se s realizacijom aktivnosti iz Marketing plana TZIŽ-a te klastera Umag-Novigrad-Brtonigla-Buje, sukladno planiranom učešću. Zbog negativne financijske situacije TZO Brtonigla dio svojih obveza za određene aktivnosti prenio je u 2014. godinu, koja nažalost neće biti razvojna u smislu realizacije većih novih programa i aktivnosti, ali koja bi, uz ostvarenje planiranog povećanja turističkog prometa, trebala omogućiti podmirenje ranijih i tekućih obveza i nesmetan rad turističkog ureda. Ujedno će 2014. godina biti prijelazna godina u smislu prilagodbe novoj zakonskoj regulativi u sustavu turističkih zajednica, ali i godina reizbora saziva tijela TZ-a po starom, važećem Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju turizma.

13. POPIS TABLICA I GRAFIKONA

Tablica 1. Ostvareni dolasci i noćenja u 2013. godini na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.....	6
Tablica 2. Pregled ostvarenih dolazaka i noćenja za razdoblje 2009. - 2013. na lokalnoj razini.....	6
Tablica 3. Pregled ostvarenih dolazaka, noćenja i udjela u ukupnim noćenjima 2013. po grupama naplatitelja.	7
Tablica 4. Pregled dolazaka i noćenja ostvarenih u 2013. godini na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini prema vrsti gostiju.....	7
Tablica 5. Pregled ostvarenih dolazaka i noćenja u 2013. godini po zemljama.....	8

Grafikon 1. Struktura prihoda tzo brtonigla za 2013. godinu.....	24
Grafikon 2. Usporedba ostvarenja prihoda u 2013. i 2012.godini.....	25
Grafikon 3. Pregled rashoda tzo brtonigla za 2013.godinu.....	25