

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**



**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2015.GODINU**

VERTENEGLIO  
**BRTONIGLA**

HRVATSKA

Istra 



Prosinac, 2014

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

---

1. UVOD.....	3
2. VIZIJA I CILJEVI PROGRAMA RADA U 2015. GODINI .....	4
3. ADMINISTRATIVNI MARKETING.....	7
3.1. Rad Turističkog ureda .....	7
3.2. Rad tijela Turističke zajednice.....	7
3.3. Članstvo u Udruzi Gradovi vina (Citta` del vino) .....	8
4. DIZAJN VRIJEDNOSTI .....	9
4.1 Potpore manifestacijama.....	9
4.2 Razvoj proizvoda .....	10
4.2.1. <i>Bike proizvod</i> .....	10
4.2.2. <i>Gourmet proizvod</i> .....	11
4.2.3. <i>Pješačke staze</i> .....	12
5. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI .....	13
5.1. Online komunikacija.....	13
5.2. Offline komunikacija.....	14
5.2.1. <i>PR aktivnosti – odnosi s javnošću</i> .....	14
5.2.2. <i>Brošure i ostali tiskani materijal</i> .....	15
5.2.3. <i>Poslovni partneri – pokloni</i> .....	16
5.2.4. <i>Turistička (smeđa) signalizacija</i> .....	16
5.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama.....	17
5.4. Oglašavanje (samostalno).....	18
5.5. Promocija turističke destinacije.....	18
6. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI.....	18
7. INTERNI MARKETING .....	19
8. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA .....	19
9. POSEBNI PROGRAMI .....	20
9.1. Priprema turističke sezone 2015. ....	20
9.2. Projekt Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva.....	20
9.3. Master plan i SMP Turističke Zajednice IŽ (2015-2020).....	21
10. TRANSFER OPĆINI SREDSTAVA PO OSNOVI BORAVIŠNE PRISTOJBE .....	21
11. ZAKLJUČNE ODREDBE .....	21
12. FINACIJSKI PLAN TZ OPĆINE BRTONIGLA ZA 2015. GODINU – Prijedlog.....	22

## **1. UVOD**

Turistička zajednica Općine Brtonigle, sukladno glavnim smjernicama Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Programa rada Hrvatske turističke zajednice, Programa rada Turističke zajednice Istarske županije te Marketing plana clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, kroz svoj Program rada za 2015. godinu provodit će svoje programe i aktivnosti na lokalnoj razini u vidu unapređenja dizajna vrijednosti, komunikacijskih vrijednosti, distribucije i prodaje vrijednosti, internog marketinga, marketinške infrastrukture i posebnih programa.

Sukladno smjernicama krovnih turističkih institucija, za prijelazno razdoblje 2014. godine do donošenja novog Strateško marketinškog plana hrvatskog turizma (SMPHT) 2014.-2020., koji će uz ostalo definirati marketinške alate i taktike, brendove i slogan hrvatskog turizma, te pravnog okvira prema novom Zakonu za reorganizaciju sustava turističkih zajednica u smjeru stvaranja destinacijskih menadžment organizacija (DMO), čija je izrada u tijeku, odnosno prema clusterskim i općinskim strateškim dokumentima, u 2015. godini TZO Brtonigla planira usmjeriti svoje aktivnosti i raspoloživa sredstva u kvalitetnu realizaciju redovnih planiranih aktivnosti i obveza, na lokalnoj razini i kroz clusterske aktivnosti, u poboljšanje postojećih te razvoj novih turističkih proizvoda i atraktivnosti općinskog područja.

U 2015. godini TZO Brtonigla namjerava ciljano ulagati ograničena financijska sredstva u promociju, kvalitetu uvjeta boravka u mjestu, kako gostiju, tako i lokalnog stanovništva te realizirati planski osmišljen kalendarski raspored događanja. Iz navedenog proizlazi nezaobilazna potreba za jačanjem suradnje javnog i privatnog sektora, kako na clusterskoj, tako i na lokalnoj razini. Naglasak je na promociji destinacije odnosno teritorija.

## **2. VIZIJA I CILJEVI PROGRAMA RADA U 2015. GODINI**

U skladu s vizijom krovne institucije Turističke zajednice Istarske županije koja obuhvaća „pozicioniranje Istre u krug poznatih europskih turističkih destinacija kao jedne od poželjnijih destinacija za odmor, čija se ponuda temelji na doživljaju, u skladu s održivim i odgovornim razvojem...“, definirani su vizija i ciljevi TZO Brtonigle u okviru clustera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje te samostalno, na lokalnoj razini.

Na nivou clustera Sjeverozapadne Istre, čije su marketinške aktivnosti kompatibilne sa marketinškim aktivnostima regije, osnovna je svrha pozicioniranje clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje kao homogenog clustera sa svojim specifičnostima i kao takvog komercijalizirati ga na tržištu. Cluster je naravno dio regije Istre i marketinške aktivnosti trebaju biti kompatibilne sa marketinškim aktivnostima regionalne razine.

Prema važećem Strateškom marketing planu, **županijski TZ** postavlja sljedeće ciljeve:

### **Dugoročni ciljevi**

- Pozicionirati Istru u krug poznatih europskih turističkih destinacija.
- Produženje turističke sezone; ojačati pred i posezonu; stvoriti uvjete za stabilno sedmomjesečno poslovanje.
- Osigurati dotok sredstava iz EU fondova za projekte od strateškog značenja za razvoj turizma Istre.
- Jačanje suradnje privatnog i javnog sektora.

### **Ciljevi marketinške politike 2015.**

#### **1. Realizacija sezone, tržišta, marketinška komunikacija**

- Povećanje fizičkog obujma prometa od 1% u odnosu na procjenu ostvarenja za 2014. g.
- Povećanje dolazaka/noćenja u pred i posezoni.
- Fokus na tržišta koja mogu dodatno popuniti kapacitete u pred i posezoni (D, A, GB, Skandinavija; vratiti Ruse i HOL).
- Povećanje fizičkog obujma prometa u Zračnoj luci Pula za 10% uz otvaranje novih zračnih linija te intenziviranje postojećih linija u pred i posezoni.
- Fokus na PR aktivnosti i e-marketing.
- Fokus na megaevente/festivale/sport.
- Unaprijeđenje proizvoda Istre, jačanje njihove pozicije na tržištu te konkurentne prednosti.
- Poticanje, razvoj i specijalizacija novih proizvoda: mali obiteljski kampovi, mali hoteli, privatni B&B i poticanje kreiranja DMC subjekata.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

---

**2. Transformacija sustava po DMO principu, usaglašavanje s novim zakonskim paketom, suradnja javnog i privatnog sektora**

- Uspješno proveden 'tranzicijski period' - usklađenje s novim zakonskim paketom, donošenje i usklađenje s novim Master planom (strateškim marketing planom) 2015.-2020.
- Transformacija sustava TZ u sustav destinacijskih menadžment organizacija (DMO) odnosno regionalnih menadžment organizacija (RMO).
- Suradnja privatni/javni sektor i stvaranje povoljne klime za nove investicije (golf, zabavni parkovi, marine, plaže).
- Priprema projekata za EU fondove i korištenje mogućnosti EU.
- Poboljšanje osposobljenosti zaposlenih u turizmu.

Promatrajući primjer clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje valja naglasiti da je to prvi takav primjer uspješnog organiziranja i zajedničkog djelovanja većeg broja lokalnih turističkih zajednica koje pokrivaju jedan širi teritorij. Prema planu za 2014. godinu dosadašnje zajedničke aktivnosti na clusterskoj razini dodatno će ojačati i proširiti se u cilju stjecanja "...reputacije kao top clustera u Hrvatskoj zbog svoje raznovrsnosti i visoke razine kvalitete smještaja, rekreativnih objekata, tipične hrane i vina, jake tradicije i autentičnog gostoprimstva.

Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje nastaviti će jačati prepoznatljivost područja Sjeverozapadne Istre po svojoj izvrsnoj brizi za gosta, cjelogodišnjem programu aktivnosti i jedinstvenim eventima, sve izvedeno iz kultiviranog pejzaža, prirode i tradicije ovog područja. Sveukupni turistički rast u clusteru Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje nastaviti će se ostvarivati kroz sustav tematiziranih proizvoda/iskustava, koji će podržavati diferenciran razvoj turizma na obali i unutrašnjosti."

S tim u svezi i sami **ciljevi clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje** vrlo su slični onima na županijskoj razini:

- Produžiti sezonu na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode i evente koji su namjenjeni pred i posezoni.
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u clusteru.
- Povećati potrošnju turista.
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista.

Pozicioniranje clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje temelji se na 4 osnovna elementa:

- Sport - aktivan odmor, zabava;
- Gourmet - gastronomska ponuda, vina, maslinova ulja, vrhunski restorani i konobe;
- Priroda - kampovi, aktivnosti u prirodi, uživanje u krajoliku;
- More - hoteli i apartmani, wellness, nautički turizam.

TZO Brtonigla prepoznaje svoje potencijale turističkog razvoja u svim navedenim elementima, a posebice u gourmet segmentu te prirodnim atraktivnostima.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

---

Sukladno Strateškim smjernicama i Akcijskom planu razvoja turizma Općine Brtonigla (Institut za turizam Zagreb, 2010), specifični dugoročni ciljevi razvoja turizma TZO Brtonigla na lokalnoj razini jesu:

- Ravnomjerniji turistički razvoj Općine, odnosno turistička valorizacija cjelokupnog obalnog prostora i turistički razvoj unutrašnjosti Općine.
- Produženje turističke sezone, odnosno diverzifikacija ciljnih potrošačkih segmenata i turističkih proizvoda u smjeru onih pogodnijih za intenzivnije cjelogodišnje (proljeće/ljeto/jesen) poslovanje.
- Izgradnja sadržajne turističke destinacije, odnosno ponuda raznovrsnih turističkih proizvoda, sadržaja i usluga 'doživljaja' namijenjenih posjetiteljima.
- Izgradnja posebno kvalitetne destinacije, odnosno poštivanje viših standarda kvalitete turističkih sadržaja i usluga.
- Izgradnja prepoznatljivog i privlačnog imidža destinacije, odnosno stvaranje jasne i jedinstvene slike Općine Brtonigla kao gradića vina.

Općina Brtonigla teži ostvariti rast turističke aktivnosti šireći svoju sadašnju poziciju morske, ljetne, odmorišne, obiteljske kamping destinacije u raznoliku i sadržajnu destinaciju doživljaja namijenjenih različitim potrošačkim segmentima tijekom većeg dijela godine.

**Vizija** turističke destinacije Općina Brtonigla podrazumijeva:

- Ekološki očuvan i uređen prostor (destinacija ocuvanog okoliša i uređenog obalnog i ruralnog prostora u zaleđu).
- Etabliran destinacijski brend, prepoznatljiv i privlačan imidž destinacije vina (destinacija vina - s pojedinačnim atrakcijama kao što su 'Muzej vina i seljačkog stvaralaštva' te tematske manifestacije).
- Intenzivnije poslovanje tijekom većeg dijela godine i turistička aktivnost u većem dijelu Općine.
- Niz jedinstvenih i privlačnih atrakcija ('Muzej vina', vinarije, aqua park 'Istralandia', arheološka nalazišta, sustavi bike i pješačkih staza staza te dakako more i obala).
- Visoka kvaliteta sadržaja i usluga (destinacija izvrsnosti koja njeguje tradiciju visoke kvalitete turističkih sadržaja i usluga, a posebice u smještajnim i ugostiteljskim objektima).

### **3. ADMINISTRATIVNI MARKETING**

#### **3.1. Rad Turističkog ureda**

U Turističkom uredu TZO Brtonigle obavljaju se stručni i administrativni poslovi vezani za zadaće turističke zajednice.

Turistički informativni centar u Brtonigli, posebice u ljetnim mjesecima svojim cjelodnevnim radnim vremenom, uvelike pridonosi kvalitetnom pružanju informacija o cijelom općinskom teritoriju, zanimljivostima, lokalnim proizvođačima, manifestacijama i sl. Od sredine lipnja do sredine rujna radno vrijeme turističkog ureda je od 8 do 19 sati radnim danom odnosno od 8 do 12 i od 16 do 19 subotom, nedjeljom i praznikom, dok tijekom zimskih mjeseci TIC Brtonigla otvoren je radnim danom od 8 do 15 sati, a subotom od 8 do 12 sati.

Info punkt TZ-a u kampu Park Umag iz godine u godinu pokazuje se veoma korisnim kanalom promocije teritorija općine, ali i jednostavnijim i pravodobnijim informiranjem gostiju o svim događanjima na općinskom području.

U 2015. godini planira se nastavak takvih aktivnosti, s daljnjim poboljšanjem promocije općinskog teritorija, nastavkom organiziranja izleta „Brtonigla tour“ za goste kampa u suradnji s Razvojnoum agencijom Brtonigla te dodatnim aktivnostima u suradnji s upravom kampa.

Planirani iznos za rad oba turističko-informativna centra obuhvaća rashode za radnike, rashode ureda i najam poslovnog prostora u kojem se nalazi Turistički ured u Brtonigli.

Nositelj: Turistički ured TZO Brtonigla.

Rok realizacije: kontinuirano odnosno lipanj – rujna 2014.

**Ukupni iznos: 443.609,00 kuna**

---

#### **3.2. Rad tijela Turističke zajednice**

Rad Turističkog vijeća, Skupštine i Nadzornog odbora nastaviti će se odvijati sukladno zakonskim obvezama i prema potrebi.

U travnju 2015. godine, sukladno važećem Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, pored redovnih sjednica, a po isteku četvorogodišnjeg mandata, bit će sazvane sjednice osnivanja tijela Turističke zajednice. Planirani iznos rashoda za rad tijela Turističke zajednice je 10.000,00 kn.

Nositelj: Tijela TZO Brtonigla.

Rok realizacije: ožujak/travanj, lipanj, kolovoz, studeni 2014.

**Ukupni planirani iznos: 10.000,00 kuna**

---

### **3.3. Članstvo u Udruzi Gradovi vina (Citta` del vino)**

TZO Brtonigla, kao član međunarodne udruge Gradovi vina (Citta` del vino), nastavlja višegodišnju suradnju s upravnim tijelima i pojedinim članovima udruge u svrhu jačanja suradnje na promociji Brtonigle kao gradića vina, na preuzimanju iskustava dobre prakse u održivom razvoju teritorija i organizaciji zajedničkih te poboljšanju vlastitih, lokalnih manifestacija vinskog predznaka.

Sukladno višegodišnjem članstvu u udruzi, od 2013. godine TZO Brtonigla sudjeluje u članstvu plaćanjem povlaštene članarine.

Nositelj: TZO Brtonigla

Rok: kontinuirano.

**Ukupni planirani iznos:**

**2.000,00 kuna**

---



## **4. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

Produžetak sezone u clusteru, kao i zadovoljenje očekivanja, želja i potreba gostiju koji su odabrali upravo ovu destinaciju za svoj odmor jedan je od primarnih zadataka turističkih zajednica clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje. Da bi se taj zadatak uopće mogao ostvariti nužno je kontinuirano kreirati i razvijati nove proizvode na nivou clustera koji će "stvarati razliku" u odabiru određene destinacije za odmor.

Eventi predstavljaju vrlo važan dio turističke ponude clustera i potrebno je zajednički raditi na unapređenju postojećih te organiziranju novih.

### **4.1 Potpore manifestacijama**

Strategija razvoja clusterskih evenata uključuje zajednički razvoj i komercijalizaciju evenata sa jakom karizmom na nivou cijelog clustera s krajnjim ciljem stvaranja novih motiva dolaska gostiju na područje clustera upravo zbog održavanja pojedinog eventa.

U cilju definiranja evenata na nivou clustera, postavljanja zajedničkog kalendara te podjele aktivnosti i odgovornosti između stakeholdera, eventi su primarno grupirani u četiri tematske cjeline:

- 1) Zabavni
- 2) Kulturni
- 3) Sportski
- 4) Gourmet

U okviru svake tematske grupe, eventi su, obzirom na svoju strukturiranost, organizaciju i dosadašnje rezultate, analizirani na tri nivoa:

1. Postojeći eventi koji su već organizacijski postavljeni na nivou clustera i mogu poslužiti kao motivatori dolaska u destinaciju - ne zahtijevaju dodatnu razradu, ali se trebaju konstantno dorađivati odnosno poboljšavati.

2. Postojeći eventi koji funkcioniraju na lokalnom nivou i trenutno nisu dovoljno jasno artikulirani motivator dolaska u destinaciju – ove je evente potrebno doraditi i prilagoditi organizacijski na način da postanu cluster eventi.

3. Novi eventi koji bi značajno doprinijeli pozicioniranju clustera na tržištu i koji bi mogli postati motivatori dolaska u destinaciju – ove je evente potrebno razraditi od samog početka i postaviti ih kao projekte na nivou clustera.

Među postojećim eventima odnosno manifestacijama u organizaciji TZO Brtonigle, za promociju kroz cjelokupnu clustersku mrežu u 2015. godini odabrani su sljedeći eventi:

- Choco & Wine Fest (21.02.2015.)
- Brtonigla Adventure Trek 2015 (21.02.2015.)
- 30. Festival Istarske Malvazije (proljeće 2015.)

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

---

Osim evenata na nivou clustera Turistička zajednica Općine Brtonigla, uz Općinu Brtonigla i Razvojnu agenciju Brtonigla, bit će organizator određenog broja manifestacija i evenata koji su osmišljeni u cilju zabave i ugodnijeg boravka gostiju na općinskom području.

Zbog veoma ograničenih finansijskih sredstava, ali i problema nedovoljne opremljenosti u smislu ljudskih resursa, TZO Brtonigla se morala opredijeliti za organizaciju i finansijsko (su)financiranje 3 veće te nekolicinu manjih manifestacija, pravilno kalendarski raspoređenih, koje se zbog svoje specifičnosti, atraktivnosti i broja potencijalnih posjetitelja, smatraju turističkim manifestacijama.

Za 2015. godinu TZO Brtonigla planira, u skladu s mogućnostima, nastavak organizacije ciklusa ljetnih večeri u centru Brtonigle – u bojama tradicije, daljnji razvoj identiteta Fešte Sv. Roka, a naglasak dat će se obilježavanju i realizaciji 31. Izdanja Festivala istarske malvazije (FIM), koju je potrebno dodatno osnažiti i učiniti atraktivnijom za širu publiku, Choco & Wine Festu, novoj tematskoj manifestaciji koja je po prvi put održana u 2013. Godini, te već tradicionalnog božićnog sajma.

Ukupni iznos koji TZO Brtonigla izdvaja za manifestacije i evente, kako clusterskog, tako i lokalnog karaktera, iznosi 147.740,00 kn.

Nositelj: Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje za clusterske manifestacije.

TZO Brtonigla u suradnji s Općinom Brtonigla i Razvojnou agencijou Brtonigla.

Rok: kontinuirano.

**Ukupni iznos: 147.740,00 kn**

---

## **4.2 Razvoj proizvoda**

U cilju pozicioniranja i ostvarivanja vizije clustera, definirani su osnovni proizvodi na kojima cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje treba graditi svoj lanac vrijednosti i kreirati marketinške aktivnosti. Tijekom 2015. godine nastavit će se projektni razvoj proizvoda: nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet.

Uzimajući u obzir postojeće raspoložive resurse općinskog područja, a sukladno Marketingu planu clustera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje za 2015. godinu TZO Brtonigla sudjeluje u razvoju bike i gourmet proizvoda, a na lokalnoj razini sufinancira aktivnosti lokalne udruge građana na uređenju i održavanju pješačkih staza na općinskom teritoriju (Brtonigla – Nova Vas – Prirodni park Škarline).

### **4.2.1. *Bike proizvod***

Od odabranih proizvoda za razvoj na razini clustera, TZO Brtonigla će sudjelovati u razvoju sve traženijeg i atraktivnog bike proizvoda, s obzirom da već raspolaže infrastrukturom bike staza te je sam proizvod već uvršten u cjelokupnu turističku ponudu općinskog teritorija. Sjeverozapadna

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

---

Istra već je priznata biciklistička destinacija koja svojim raznolikim sadržajima, hotelima uređenim za prihvata biciklista te mreže s više od 500 kilometara biciklističkih staza, poprima sve karakteristike idealne bike regije.

Nastavlja se s razvojem projekta i vizijom da cluster Sjeverozapadne Istre postane atraktivan i kvalitetno organiziran biciklistički cluster koji nudi kompletan doživljaj, uvjete i usluge u skladu sa potrebama suvremenih biciklista.

Prioritetni ciljevi su povećanje broja noćenja i dolazaka biciklista (grupe i individualci) te produženje turističke sezone (ožujak – lipanj, rujan - listopad).

Cjelokupna ponuda prezentirana je na clusterskom web portalu isključivo posvećenom cikloturizmu područja Sjeverozapadne Istre. U planu su daljnji nastupi i posjeti specijaliziranim sajmovima za cikloturizam u 2015. godini te organizacija već prepoznatljivih bike evenata kao što su Istria Bike Days te rekreativne biciklijade i brdsko-biciklističke maratone MTB Parenzana i Istria Granfondo (rujan – listopad).

Nositelj: ISTRAC DMC u ime clustera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje.

Rok: kontinuirano.

Planirana sredstva za razvoj bike proizvoda:

Bike proizvod	14.435,00 kn
Bike signalizacija	8.333,00 kn
Održavanje staza	3.000,00 kn

**Ukupni iznos: 25.768,00 kn**

---

#### **4.2.2. *Gourmet proizvod***

Sljedeći važan destinacijski projekt je nastavak uspješnog razvoja gourmet proizvoda kroz daljnje zajedničke promo aktivnosti, specijalizirane prezentacije i predstavljanja priznatih namirnica, vina i ulja s teritorija Sjeverozapadne Istre u Hrvatskoj, Austriji, Sloveniji, Njemačkoj i Italiji, organizaciju i daljnje poboljšanje clusterskih tematskih gourmet manifestacija (Dani šparuga, Dani švoja, Dani jadranskih lignji, Dani školjaka), organizacija posjeta predstavnika medija specijaliziranih za gourmet teme, kojima se nudi mogućnost sudjelovanja u gourmet manifestacijama, zatim posjet vinskih podrumima, cestama maslinova ulja, renomiranim restoranima, kulturnim itinererima te boravak u hotelskom smještaju.

Putem Istra DMC-a, glavnog nositelja aktivnosti razvoja gourmet proizvoda, gourmet paket aranžmani će se intenzivnije i značajnije kreirati te komercijalizirati uz aktivnosti usmjerene ka prodaji istih specijaliziranim agencijama i touroperatorima.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

---

Nositelj: ISTRRA DMC u ime clustera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje.

Rok: kontinuirano.

Planirana sredstva za razvoj gourmet proizvoda:

**Ukupni iznos: 22.500,00 kn**

---

#### **4.2.3. Pješačke staze**

Na inicijativu nekolicine građana Općine Brtonigla u 2015. godini planira se ponovno aktiviranje postojeće Udruge prijatelja prirode 'Zenon' ili drugog oblika suradnje građana na održavanju postojećih pješačkih staza na području općine i sudjelovanje u važnijim manifestacijama s organizacijom pješačkih pohoda. Novo trasiranu pješačku stazu planira se uvrstiti u budući plan mjesta, odnosno mapu Brtonigle u planu za proljeće 2015. godine.

Nositelj: Udruga prijatelja prirode 'Zenon', odnosno mještani Brtonigle.

Rok: proljeće 2015.

**Ukupni planirani iznos: 2.000,00 kn**

---

## **5. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

Sredstva planirana u ovom segmentu rada TZ-a obuhvaćaju online i offline komunikacijske alate, pri čemu se podrazumijeva prezentacija na Internet stranicama i društvenim mrežama, priprema i tisak brošura, kako na županijskom, clusterskom, tako i na lokalnom nivou, oglašavanje, samostalno i udruženo te realizaciju nove i dopunu postojeće turističke, smeđe signalizacije. I u 2015. godini nastavlja se trend značajnijeg ulaganja u online promocijske kanale.

### **5.1. Online komunikacija**

Aktivnosti na području e-marketinga predstavljaju prioritetni segment Programa rada TZIŽ od 2008. godine, kada su usvojeni temeljni strateški dokumenti razvoja elektroničkog marketinga 'Strategija e-marketinga' i 'Izvedbeni plan Kontakt i prodajnog centra: e-Istra', tako je e-marketing prioritet i u 2015. godini te su sve ostale aktivnosti navedene u Programu rada TZIŽ za 2015. okrenute upravo njegovoj podršci. Na razvoj e-marketinga u Programu rada TZIŽ za 2015. godinu rezervirano je 1,9 milijuna kuna.

Jedan od ciljeva Turističke zajednice Istarske županije je razvoj novih proizvoda i korištenje novih inovativnih (ekološko i ekonomski održivih) tehnologija, odnosno pozicioniranje tj. brendiranje Istre kao regije suvremenog turističkog proizvoda, te obzirom da više od 50% gostiju prilikom putovanja koristi svoje SMART uređaje, te da je porast pristupa internetu preko mobilnih - smart phone uređaja od 300% u 2013. u odnosu na 2012., te porast pristupa s tablet uređaja 216% cilj novog projekta TZIŽ-a je izraditi fleksibilno web sučelje destinacijskog web portala Istre [www.istra.hr/com](http://www.istra.hr/com), a sve kako bi se olakšalo korisnicima čitanje, korištenje i prepoznavanje informacija/brenda.

Sukladno Marketing planu TZIŽ-a za 2014. godinu, TZO Brtonigla participira u segmentu Internet stranica i društvenih mreža.

Nositelj: TZ Istarske županije.

Rok: kontinuirano.

**Ukupni planirani iznos:**

**5.592,00 kn**

---

Važnost Interneta neupitna je u svakom pogledu, a e-marketing jedan je od osnovnih prioriteta i ključnih elemenata uspjeha clustera.

Aktivnosti na području e-marketinga usmjerene su prvenstveno ka daljnjem razvoju i unapređenju destinacijskog web portala [www.coloursofistria.com](http://www.coloursofistria.com), oglašavanju putem Internet tražilica tzv. SEM (Search engine marketing), uz zadovoljavanje visokih standarda funkcionalnosti, rezervacijskog sustava, informativnih kanala i grafičkog dizajna.

Aktivnosti destinacijskog e-marketinga bit će usmjerene na:

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

---

- SEO (Search Engine Optimization) – intenzivan rad u skladu s analizom i strategijom učinjenom tijekom 2013. u cilju boljeg pozicioniranja u rezultatima pretrage, povećanja neplaćenog prometa i broja ključnih riječi koje dovode promet na web stranice;
- Društvene mreže (Twitter, Facebook, Flickr, YouTube, blog) – daljnji intenzivan rad;
- E-promocija – dodatna promocija na društvenim mrežama, umjesto klasične image/banner promocije;

Aktivnosti su sufinancirane od strane dionika prema udjelima u ukupnom broju realiziranih noćenja turističkih zajednica na nivou clustera, uz sufinanciranje od strane privatnih dionika – hotelskih kompanija čiji se smještajni objekti nalaze na području odgovarajućeg lokalnog TZ-a.

Nositelj: ISTRRA DMC u ime clustera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje.

Rok: kontinuirano.

Internet stranice i društvene mreže	60.651,00 kn
SEO strategija	23.300,00 kn
<b>Ukupni iznos:</b>	<b>83.951,00 kn</b>

---

## **5.2. Offline komunikacija**

Sredstva planirana u ovom segmentu rada TZ-a obuhvaćaju pripremu i tiskanje brošura, kako na clusterskom, tako i na lokalnom nivou, ranije već spomenuto oglašavanje, samostalno i udruženo, ali i novitet izrade i prodaje zasebno osmišljenih suvenira Brtonigle.

### **5.2.1. PR aktivnosti – odnosi s javnošću**

S izuzetno pozitivnim iskustvima iz prethodnih godine u kojima je Turistička zajednica Istarske županije svojim lobiranjem, poznanstvima i projektima uspjela animirati najveći broj novinara u odnosu na ostale PR agencije s kojima surađuje, istom kvalitetom i dinamikom planira nastaviti i u 2014. godini. Taj vid promocije daje najbolje rezultate jer novinari s kojima surađuje već duži niz godina već dobro poznaju Istru te imaju širi spektar općih, ali i specifičnih znanja o samoj destinaciji. U 2014. godini Turistička zajednica Istarske županije planira značajno intenzivirati PR aktivnosti kako bi se postigli što bolji rezultati u promociji Istre kao poželjne destinacije za odmor. Sukladno Marketing planu TZIŽ-a za 2015. godinu TZO Brtonigla participira u troškovima PR aktivnosti.

Rok: kontinuirano.

TZIŽ	3.262,00 kn
TZO Brtonigla	2.000,00 kn
<b>Ukupni planirani iznos:</b>	<b>5.262,00 kn</b>

---

### ***5.2.2. Brošure i ostali tiskani materijal***

Jedan od sastavnih dijelova plana implementacije novog vizualnog identiteta TZO Brtonigle u okviru clustera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje, obuhvaća i prilagođavanje i dotisak postojećih gourmet i bike vodiča, clusterskog image kataloga i godišnjeg kalendara priredbi.

Na lokalnoj razini TZO Brtonigla samostalno planira tisak nadopunu plana općine, tj. vodiča s osnovnim, korisnim informacijama za sve goste tijekom njihova boravka na općinskom teritoriju. U suradnji s ostalim clusterskim TZ-ima dogovoreno je da će se i u izradi planova pojedinih gradova odnosno općine, pristupiti unificirano, a uzimajući u obzir brojnost subjekata i dostupnost informacijama, u izradu će prva krenuti TZO Brtonigla, a potom će model preuzeti i ostali TZ-i, naravno uz prilagodbu prema vlastitim potrebama.

S obzirom na povratne informacije dobivene od strane samih gostiju tijekom proteklih turističke sezone, ocijenjeno je da je potrebnije i efikasnije tiskati promotivne materijale u okviru clustera. Stoga, osim plana Brtonigle koji je lokalnog karaktera, ostali tiskani promotivni materijali bit će isključivo u okviru clustera, čime se postiže bolji efekt jer se gostima pruža potpunija informacija koja se odnosi na širi teritorij.

U 2015. godini planira promocija područja Brtonigle i Clustera koristeći novi kanal aquaparka Istralandia, novog zabavnog sadržaja na clusterskom području, čije je otvorenje bilo u lipanj 2014.g., zatim ažuriranje kalendara priredbi, dotisak bike vodiča brošura i tisak već pripremljenog plana mjesta odnosno vodiča kroz Brtoniglu.

Nositelj: Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje odnosno TZO Brtonigla samostalno.  
Rok: proljeće 2015.

**Ukupni planirani iznos: 88.300,00 kn**

---

Pored clusterskih promo materijala, TZO Brtonigla participira u izradi image brošura Istre. Brošura Planer odmora je imidž brošura s vizurom planiranja godišnjeg odmora koja prezentira turističku

destinaciju kroz doživljaj plavo-zelenog Mediterana, bogatu povijet i kulturnu baštinu, srednjovjekovne gradiće, očuvanu prirodu te vrhunsku gastronomsku i sportsku ponudu, ali i kroz sedam klasterskih cjelina od kojih svaka nudi svoj doživljaj Istre. Za 2015. godinu u pripremi je izmijenjeno izdanje ove edicije koje bi, u skladu s trendom smanjivanja broja tiskanih publikacija objedinilo jezične mutacije dosad tiskane u šest pojedinačnih izdanja. Uz dopunjavanje sadržaja u poglavljima o smještajnim kapacitetima, brošura bi se prvenstveno osvježila novim grafičkim dizajnom koji implementira po dvije jezične varijante, od kojih je najvažnija, i s potrebom tiskanja najveće naklade, ona u englesko-njemačkoj ediciji.

Dodatno, TZO Brtonigla sudjeluje i u izradi brošura po proizvodima koje su namijenjene promociji turističkih proizvoda Istre navedenih pod stavkom Razvoj proizvoda. U ovoj tranzicijskoj godini u kojoj se očekuje donošenje novog Master plana i novog strateškom

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

---

marketing plana Istre kojim će detaljnije biti određen marketing mix i gdje će se točno definirati koji će se proizvodi nastaviti razvijati, a koji neće te koji će se novi proizvodi početi sustavno razvijati. U 2015. pozornost će se posvetiti samo dotiscima brošura po proizvodima koji pridonose diversifikaciji turističke ponude i produljenju sezone.

Regionalne brošure po proizvodima jesu Enjoy Istra (4 broja), Istra Gourmet, Istra Culture, Domus Bonus, Istra Diving, Odmor u zelenoj Istri, Istra Nature i Novi proizvodi kao nova brošura, po iskazivanju interesa.

Nositelj: TZ Istarske županije.

**Ukupni planirani iznos: 2.796,00 kn**

---

### ***5.2.3. Poslovni partneri – pokloni***

Za potrebe predstavljanja TZO Brtonigle pri ugošćavanju ili posjeti novinara ili poslovnih partnera, TZO Brtonigla planira izdvojiti određena sredstva.

Nositelj: TZO Brtonigla.

Rok: prema potrebi.

**Ukupni iznos: 2.000,00 kn**

---

### ***5.2.4. Turistička signalizacija***

Pod offline infrastrukturom podrazumijevaju se i sredstva koja TZO Brtonigla ulaže u daljnju realizaciju novih i dopunu postojećih tabli turističke, smeđe signalizacije sukladno Glavnom projektu sukladno dopuni Glavnog projekta Turističke signalizacije za područje Općine Brtonigla (smeđa turistička signalizacija), koju je izradila tvrtka Via konzalting iz Novigrada, kao i postavljanje novih tabli koje bi promovirale teritorij Brtonigle, i to na atraktivnim lokacijama u blizini i unutra akuparka Istralandije, turistički iznimno važnog zabavnog centra i dobrog turističkog sadržaja na općinskom području.

S obzirom na ograničena raspoloživa sredstva, planira se realizacija osnovne pokrivenosti turističke signalizacije na punktovima na kojima nedostaje, te dopuna na postojećim tablama smeđe signalizacije, za što je zatraženo sufinanciranje od strane Općine Brtonigla.

Nositelj: TZO Brtonigla u suradnji s Općinom Brtonigla.

Rok: proljeće 2015.

**Ukupni planirani iznos: 27.000,00 kn**

---



### **5.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama**

Prema dosadašnjoj praksi, koja je pokazala potrebu da se osim samostalne promocije, dio opće promocije istarskog/hrvatskog turizma, provede i kroz promotivne kanale drugih subjekata koji također promoviraju pojedine segmente istarskog/hrvatskog turizma, odnosno istarske/hrvatske turističke ponude. Postignuti rezultati u prethodnim godinama dokaz su da takva suradnja omogućuje učinkovitiju promociju hrvatskog turizma, temeljenu na konkretnom interesu i programima koji omogućavaju realizaciju postavljenih ciljeva.

Vezano na to, dio općeg oglašavanja TZ Istre u 2015. godini provest će se kroz promotivne kampanje i/ili promotivno/prodajne kanale sustava turističkih zajednica, organizatora putovanja i zračnih prijevoznika, s ciljem fokusiranja na ključne tržišne segmente, te s posebnim naglaskom na promociju organiziranih programa izvan glavne sezone.

U modelima oglašavanja u 2014. godini (model I., II. i IV.), turističke zajednice županija bit će ključna karika koje će objedinjavati interes javnog i privatnog sektora pojedinih destinacija, posebice prema domaćim i stranim organizatorima putovanja te će o njima ovisiti uspješnost njihove ukupne realizacije. Upravo su ta tri modela u kojima sudjeluje i TZO Brtonigla, sukladno participaciji u Marketing planu TZIŽ-a za 2014. godinu.

Nositelj: TZ Istarske županije u suradnji sa sustavom lokalnih turističkih zajednica koje sudjeluju u Marketing planu Istre.

Rok: siječanj – listopad.

**MODEL I.** - Oglašavanje nositelja smještajne ponude (oglašavanje komercijalnih programa)  
27.959,00 kn

**MODEL II.** - Oglašavanje ponude destinacije (imidž oglašavanje)  
21.901,00 kn

**MODEL IV.** - Oglašavanje posebnih programa destinacija (zračni prijevoz, zimski programi, posebna ponuda destinacije)

21.901,00 kn

**Ukupni planirani iznos: 71.761,00 kn**

---

#### **5.4. Oglašavanje (samostalno)**

Uz udruženo oglašavanje u okviru sustava lokalnih TZ-a koji sudjeluju u Marketing planu TZIŽ-a, TZO Brtonigla planira sredstva oglašavanja putem regionalne televizije, lokalnih i regionalnih radio postaja te specijaliziranih tiskanih publikacija i online kanala, a za potrebe promocije manifestacija u organizaciji TZO Brtonigle u suradnji s Općinom Brtonigla i Razvojnoum agencijom Brtonigla. Planiranim budžetom pokrivena su i potrebe oglašavanja priredbi u organizaciji općinskim mjesnih odbora na lokalnoj razini.

Nositelj: TZO Brtonigla.

Rok: kontinuirano, odnosno prema potrebi praćenja manifestacija.

**Ukupni planirani iznos: 68.560,00 kn**

---

#### **5.5. Promocija turističke destinacije**

U 2015. godini planira se nastaviti s promocijom turističke destinacije kroz projekt Vina Sjeverozapadne Istre. Riječ je o nastavku suradnje s hotelskom tvrtkom Istraturist Umag d.d., koja u suradnji s TZ Umag, TZ Buja, TZ Novigrada i TZ Općine Brtonigla provodi projekt "Vinomat" u sklopu kojega u svojim objektima prodaje autohtona vina sjeverozapadne Istre. Vinomati su postavljeni na Istria Experience info punktovima u CampingIN Park Umagu i Stella Maris resortu, te na recepciji Melia Istrian Villas. Na tim se lokacijama nude degustacije i prodaja vina lokalnih vinara tijekom ljetnih mjeseci.

Nositelj: Istraturist Umag d.d. u suradnji s clusterom Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje.

Rok: lipanj – listopad 2014.

**Ukupni planirani iznos: 5.000,00 kn**

---

### **6. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

Na razini clusterskih aktivnosti TZO Brtonigla sudjeluje u planiranju, organizaciji i realizaciji studijskih putovanja predstavnika inozemnih agencija te sudjeluje u organizaciji prezentacija cjelokupne clusterske turističke ponude na specijaliziranim događanjima.

Nositelj: Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje.

Rok: siječanj – svibanj / rujanj – studeni.

**Ukupni planirani iznos: 13.000,00 kn**

---

## **7. INTERNI MARKETING**

### EDUKACIJA

Tijekom posljednjih nekoliko godina sustavno se provodi educiranje djelatnika sustava turističkih zajednica gradova, općina i mjesta, u organizaciji HTZ-a i TZIŽ-a. Iznimno se važnim smatraju vještine efikasnog vođenja projekata za koje je svaki od djelatnika odgovoran, kao i povećanje svijesti o prednostima timskog rada. Poseban se naglasak stavlja na razumijevanje procesa i trendova svjetskog turizma. Za sudjelovanje ciljanim edukacijama, ovisno o mogućnostima i potrebama Ureda TZO Brtonigle, planiraju se sredstva:

Nositelj: Glavni ured HTZ-a i ured TZIŽ-a i HTZ.

Rok: siječanj – svibanj / rujan – studeni.

**Ukupni planirani iznos: 1.000,00 kn**

---

## **8. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

Obzirom na veoma ograničena raspoloživa financijska sredstva, u 2015. godini od marketinške infrastrukture TZO Brtonigla planira proširenje i obogaćivanje baze fotografija i filmova, sudjelovanjem sa županijskim TZ-om, clusterom i samostalno, s glavnih manifestacija na lokalnoj razini, a za kasnije potrebe realizacije kataloga, web-a i drugih alata promocije.

Nositelj: Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje i TZO Brtonigla samostalno.

Rok: kontinuirano.

**Ukupni planirani iznos: 4.383,00 kn**

---

## **9. POSEBNI PROGRAMI**

### **9.1. Priprema turističke sezone 2015.**

U cilju kvalitetne realizacije pripremnih aktivnosti za turističku sezonu 2015. godine, TZO Brtonigla, zbog nedostatnih sredstava u prvom polugodištu, planira pristupiti kratkoročnom kreditiranju banke. Sredstva će se namjeniti realizaciji tiskanih promo materijala, prezentacija i pripremnih aktivnosti organizacije manifestacija te organizaciji i realizaciji manifestacija koje se održavaju u predsezonskom razdoblju.

Nositelj: TZO Brtonigla.

Rok: siječanj – svibanj 2015.

**Ukupni planirani iznos: 53.000,00 kn**

---

### **9.2. Projekt Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva**

Općinski projekt Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva čija je 1. faza izgradnje dovršena, trenutno iziskuje osmišljavanje koncepta razvoja proizvoda i sadržaja koji će biti prezentiran u turističkom smislu. U želji razvoja zaista posebne i nezaobilazne turističke atrakcije, na lokalnom i regionalnom teritoriju, ali i šire, TZO Brtonigla planira izdvojiti sredstva za obilazak nekolicine tematskih muzeja koji bi mogli poslužiti kao ideja u izradi koncepta budućeg muzeja.

Zgrada budućeg muzeja, u kojoj se nalazi ujedno Turistički ured TZO Brtonigle, bi trebala biti centralna, polazna točka gdje će posjetitelji dobiti informaciju o tradiciji, proizvodima, važnosti općinskog teritorija i time biti potaknuti na obilazak brojnih raspoloživih atraktivnosti u okolnim mjestima.

Za ostale prijedloge, ideje i potrebe oko osmišljavanja, ali i opremanja budućeg muzeja, općinski će TZ sudjelovati s Općinom Brtonigla u izradi prijedloga projekata za kandidiranje za financiranje sredstvima iz EU fondova.

Nositelj: TZO Brtonigla u suradnji s Općinom Brtonigla i Razvojnoum agencijom Brtonigla.

Rok: siječanj – svibanj 2015.

**Ukupni iznos: 50.000,00 kn**

---

### **9.3. Master plan i SMP Turističke Zajednice IŽ (2015-2020).**

Budući da je Master plana razvoja istarskog turizma izrađen za razdoblje 2004.-2012. te da je do danas došlo do stanovitih promjena na emitivnim tržištima te da je implementacija istoga kroz Marketinške planove Istre kao i kroz cijeli niz investicija javnog i privatnog sektora doživjela određena odstupanja od zacrtanih planova, nameće se kao nužnost temeljite analiza dosad učinjenog na razvoju turističke destinacije Istra te izrada novog Starteškog plana razvoja i strateškog i operativnog marketing plana (SMP) za razdoblje 2015.-2020. koji će biti prilagođeni trenutnom stanju i novim prilikama u turističkom sektoru, novom zakonskom paketu (DMO) te Strateškom marketing planu hrvatskog turizma za isto razdoblje.

Nositelj: TZIŽ .

Rok: 2015-2020.

**Ukupni planirani iznos: 5.592,00 kn**

---

## **10. TRANSFER OPĆINI SREDSTAVA PO OSNOVI BORAVIŠNE PRISTOJBE**

Sukladno članku 20. Zakona o boravišnoj pristojbi (Narodne novine br. 152/08), transfer 30% sredstava iz prihoda po osnovi boravišne pristojbe za 2015. godinu planira se u ukupnom iznosu od 461.000,00 kn, od čega 47.000,00 kn kao prijenos dugovanja iz 2014. godine, i 414.000,00 kn kao obveza za 2015. godinu na temelju planiranih prihoda po osnovi boravišne pristojbe.

## **11. ZAKLJUČNE ODREDBE**

Prijedlog Program rada Turističke zajednice Općine Brtonigle s pripadajućim Finacijskim planom, koji se nalazi u prilogu i sastavni je dio ovog materijala, izrađen je poštujući obveze propisane Statutom Turističke zajednice Općine Brtonigla, koji je usklađen sa važećim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma iz 2008. godine, pritom se oslanjajući i na smjernice Programa rada Turističke zajednice Istarske županije i Marketing plana clustera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje za 2015. godinu, a sukladno smjernicama Ministarstva turizma Republike Hrvatske i Hrvatske turističke zajednice o preustroju postojećeg sustava turističkih zajednica prema modelu DMO sustava (sustav destinacijskih menadžment organizacija), u najavi za 2015. godinu.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU

**12. FINACIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE BRTONIGLA ZA 2015. GODINU**

do  
31.10.2013.

R.br.	PRIHODI	Plan 2013.	Ostvarenje 2013.	Plan 2014	INDEX	Struktura
		P 13	O 13	P 14	P 14/P 13	P 14 %
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	1.250.000	1.218.054	1.350.000	108	83%
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	57.000	53.005	70.000	123	4%
3.	PRIHODI IZ OPĆINSKOG PRORAČUNA	0	0	20.000		1%
3.1.	Sufinanciranje turističke signalizacije	0	0	20.000		1%
4.	PRIHODI OD DRUGIH IZVORA	30.000	5.000	135.000	450	8%
4.1.	HTZ	0	0	90.000		6%
4.2.	TZIŽ	30.000	5.000	45.000	150	3%
5.	KREDITNO ZADUŽENJE PO POSEBNOM PROGRAMU	0	0	50.000		3%
6.	PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETH.GODINE	0	0	0		0%
7.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	500	282	500	100	0%
	<b>UKUPNO PRIHODI:</b>	<b>1.337.500</b>	<b>1.276.341</b>	<b>1.625.500</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

R.br.	RASHODI	Plan 2013.	Ostvarenje 2013.	Plan 2014	INDEX	Struktura
		P 13	O 13	P 14	P 14/P 13	P 14 %
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	510.080	414.129	463.800	91	29%
1.1.	RASHODI ZA RADNIKE	331.976	287.475	296.000	89	18%
1.1.1	Bruto OD	330.671	286.875	293.000	89	18%
1.1.1.1	ured	216.500	185.798	186.000	86	11%
1.1.1.2	TIC Brtonigla	99.500	86.406	95.000	95	6%
1.1.1.3	TIC Kamp Park Umag	14.671	14.671	12.000	82	1%
1.1.2	Putni troškovi	1.305	600	2.000	153	0%
1.1.2.1	Brtonigla	1.305	600	2.000	153	0%
1.1.2.2	TIC Brtonigla	0	0	0		0%
1.1.3	Dnevnice	0	0	1.000		0%
1.1.3.1	Brtonigla	0	0	1.000		0%
1.1.3.2	TIC Brtonigla	0	0	0		0%
1.2.	RASHODI UREDA	128.296	92.663	126.300	98	8%
1.2.1	Rashodi ureda	120.172	84.540	123.300	103	8%
1.2.1.1	Potrošni uredski materijal i mat. za čišćenje	15.000	14.819	12.500	83	1%
1.2.1.1.1	potrošni uredski materijal	14.500	14.490	12.000	83	1%
1.2.1.1.2	materijal za čišćenje	500	328	500	100	0%
1.2.1.2	Struja, voda, komunalne usluge	219	219	500	228	0%
1.2.1.2.1	struja	0	0	0		0%
1.2.1.2.2	voda	0	0	0		0%

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

1.2.1.2.3	komunalne usluge	219	219	500	228	0%
1.2.1.3	Usluge HT i HP,FINA, Banke	19.100	16.624	17.000	89	1%
1.2.1.3.1	telefon	15.000	12.638	13.000	87	1%
1.2.1.3.2	HP	1.100	995	1.000	91	0%
1.2.1.3.3	banke	3.000	2.991	3.000	100	0%
1.2.1.4	Stručna literatura i tisak	2.745	2.745	2.000	73	0%
1.2.1.5	Reprezentacije i troškovi sjednica	10.000	8.075	7.000	70	0%
1.2.1.6	Nabava opreme i održavanje	7.810	7.617	9.000	115	1%
1.2.1.6.1	nabava opreme	2.076	2.076	0	0	0%
1.2.1.6.2	održavanje opreme	5.734	5.541	2.000	35	0%
1.2.1.6.3	korištenje aplikacije PTZ2 i PTW	0	0	7.000		0%
1.2.1.7	Premije osiguranja	293	293	300	102	0%
1.2.1.8	Usluge knjigovodstva	19.441	19.441	30.000	154	2%
1.2.1.9	Otplata dugoročnog kredita (2010.-2014.)	45.000	14.144	45.000	100	3%
1.2.1.10	Pravne usluge	564	564	0	0	0%
<b>1.2.2.</b>	<b>Rashodi TIC Brtonigla</b>	<b>543</b>	<b>543</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
1.2.2.1	Nabava opreme	543	543	0	0	0%
1.2.2.2	Uređenje info-punkta	0	0	0		0%
<b>1.2.3.</b>	<b>Rashodi TIC Kamp Park Umag</b>	<b>7.581</b>	<b>7.581</b>	<b>3.000</b>	<b>40</b>	<b>0%</b>
<b>1.3.</b>	<b>RASHODI ZA RAD TIJELA TUR.ZAJEDNICE</b>	<b>18.500</b>	<b>9.658</b>	<b>10.000</b>	<b>54</b>	<b>1%</b>
1.3.1	Turističko vijeće, Skupština	18.000	9.658	9.500	53	1%
1.3.2	Nadzorni odbor	500	0	500	100	0%
<b>1.4.</b>	<b>NAJAM POSLOVNOG PROSTORA</b>	<b>29.400</b>	<b>22.425</b>	<b>30.000</b>	<b>102</b>	<b>2%</b>
<b>1.5.</b>	<b>CITTA` DEL VINO</b>	<b>1.908</b>	<b>1.908</b>	<b>1.500</b>	<b>79</b>	<b>0%</b>
<b>2.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>206.376</b>	<b>189.780</b>	<b>183.737</b>	<b>89</b>	<b>11%</b>
<b>2.1</b>	<b>POTPORE MANIFESTACIJAMA</b>	<b>159.568</b>	<b>148.567</b>	<b>129.860</b>	<b>81</b>	<b>8%</b>
<b>2.1.1</b>	<b>Zabavne</b>	<b>66.590</b>	<b>61.590</b>	<b>46.000</b>	<b>69</b>	<b>3%</b>
2.1.1.1	TZO Brtonigla	66.590	61.590	46.000	69	3%
2.1.1.1.1	Fešta Sv. Roka	40.527	40.527	28.000	69	2%
2.1.1.1.2	Zvezdani kaleži	4.090	4.090	3.000	73	0%
2.1.1.1.3	Božićni sajam	5.000	0	0	0	0%
2.1.1.1.4	Ostale zabavne manifestacije	16.973	16.973	15.000	88	1%
<b>2.1.2</b>	<b>Sportske</b>	<b>6.000</b>	<b>3.000</b>	<b>3.000</b>	<b>50</b>	<b>0%</b>
2.1.2.1	Cluster	3.000	3.000	3.000	100	0%
2.1.2.1.1	Brtonigla Adventure Trekk	3.000	3.000	3.000	100	0%
2.1.2.2	TZO Brtonigla	3.000	0	0	0	0%
2.1.2.2.1	Ostale sportske manifestacije	3.000	0	0	0	0%
<b>2.1.3</b>	<b>Gourmet</b>	<b>86.201</b>	<b>83.200</b>	<b>75.000</b>	<b>87</b>	<b>5%</b>
2.1.3.1	Cluster	50.972	50.971	41.000	80	3%
2.1.3.1.1	Festival Istarske Malvazije	49.956	49.956	40.000	80	2%
2.1.3.1.2	Tematske manifestacije	0	0	0		0%
2.1.3.1.3	Dani vina - Otvorena vrata vinskih podruma	1.016	1.016	1.000	98	0%
2.1.3.2	TZO Brtonigla	35.229	32.229	34.000	97	2%
2.1.3.2.1	Choco & Wine Fest	32.229	32.229	25.000	78	2%
2.1.3.2.2.	Dani gljiva	3.000	0	4.000	133	0%
2.1.3.2.3	Ostale gourmet manifestacije	0	0	5.000		0%
<b>2.1.4</b>	<b>Ekološke</b>	<b>777</b>	<b>777</b>	<b>2.500</b>	<b>322</b>	<b>0%</b>

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

2.1.4.1	Neka moja Istra blista	777	777	1.000	129	0%
2.1.4.2	Najljepša okućnica, dvorište	0	0	1.500		0%
<b>2.1.5</b>	<b>Ostalo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3.360</b>		<b>0%</b>
2.1.5.1	TZO Brtonigla	0	0	3.360		0%
<b>2.2</b>	<b>RAZVOJ PROIZVODA</b>	<b>46.808</b>	<b>41.213</b>	<b>53.877</b>	<b>115</b>	<b>3%</b>
<b>2.2.1</b>	<b>Cluster</b>	<b>46.808</b>	<b>41.213</b>	<b>51.877</b>	<b>111</b>	<b>3%</b>
2.2.1.1	Nogomet	0	0	0		0%
2.2.1.2	Tenis	0	0	0		0%
2.2.1.3	Wellness	0	0	0		0%
2.2.1.4	Bike	27.917	26.617	25.768	92	2%
2.2.1.4.1	bike proizvod	14.435	13.135	14.435	100	1%
2.2.1.4.2	bike signalizacija	13.482	13.482	8.333	62	1%
2.2.1.4.3	održavanje staza	0	0	3.000		0%
2.2.1.5	Gourmet	18.891	14.596	26.109	138	2%
<b>2.2.2</b>	<b>TZO Brtonigla</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.000</b>		<b>0%</b>
2.2.2.1	Pješačke staze	0	0	2.000		0%
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>219.713</b>	<b>205.526</b>	<b>328.830</b>	<b>150</b>	<b>20%</b>
<b>3.1</b>	<b>ONLINE KOMUNIKACIJA</b>	<b>27.154</b>	<b>25.693</b>	<b>88.548</b>	<b>326</b>	<b>5%</b>
<b>3.1.1</b>	<b>INTERNET STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE</b>	<b>26.346</b>	<b>25.693</b>	<b>65.248</b>	<b>248</b>	<b>4%</b>
3.1.1.1	TZIŽ	3.231	2.578	4.597	142	0%
3.1.1.2	Istra D.M.C.	23.115	23.115	60.651	262	4%
<b>3.1.2</b>	<b>SEO strategija</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23.300</b>		<b>1%</b>
3.1.2.1	TZIŽ	0	0	0		0%
3.1.2.2	Istra D.M.C.	0	0	23.300		1%
<b>3.1.3</b>	<b>DESTINACIJSKI INFO I PRODAJNI CENTAR</b>	<b>808</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
3.1.3.1	TZIŽ	808	0	0	0	0%
<b>3.2</b>	<b>OFFLINE KOMUNIKACIJA</b>	<b>63.346</b>	<b>58.928</b>	<b>99.281</b>	<b>157</b>	<b>6%</b>
<b>3.2.1</b>	<b>PR AKTINOSTI - ODNOSI S JAVNOŠĆU</b>	<b>1.468</b>	<b>256</b>	<b>4.682</b>	<b>319</b>	<b>0%</b>
3.2.1.1	TZIŽ	1.212	0	2.682	221	0%
3.2.1.2	TZO Brtonigla	256	256	2.000	781	0%
<b>3.2.2</b>	<b>BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL</b>	<b>40.353</b>	<b>37.525</b>	<b>72.599</b>	<b>180</b>	<b>4%</b>
<b>3.2.2.1</b>	<b>TZIŽ</b>	<b>2.827</b>	<b>0</b>	<b>2.299</b>	<b>81</b>	<b>0%</b>
3.2.2.1.1	Image brošure	404	0	383	95	0%
3.2.2.1.2	Brošure po proizvodima	2.423	0	1.916	79	0%
3.2.2.1.3	Arhinet	0	0	0		0%
3.2.2.1.4	Vizualni identitet	0	0	0		0%
<b>3.2.2.2</b>	<b>Cluster</b>	<b>31.063</b>	<b>31.063</b>	<b>57.300</b>	<b>184</b>	<b>4%</b>
3.2.2.2.1	Image katalog	0	0	15.000		1%
3.2.2.2.1.1	dizajn (dodatak za Projekt 4 zemlje)	0	0	6.000		0%
3.2.2.2.1.2	prijevodi	0	0	0		0%
3.2.2.2.1.3	tisak	0	0	9.000		1%
3.2.2.2.2	Gourmet vodiči	14.360	14.360	16.000	111	1%
3.2.2.2.2.1	dizajn	5.156	5.156	6.000	116	0%
3.2.2.2.2.2	prijevodi	0	0	0		0%
3.2.2.2.2.3	tisak	9.204	9.204	10.000	109	1%
3.2.2.2.3	Bike vodiči	8.455	8.455	10.000	118	1%
3.2.2.2.3.1	dizajn	0	0	0		0%



**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

3.2.2.2.3.2	prijevodi	0	0	0		0%
3.2.2.2.3.3	tisak	8.455	8.455	10.000	118	1%
3.2.2.2.4	Mape i vrećice	0	0	5.000		0%
3.2.2.2.5	Kalendar događanja	8.248	8.248	11.300	137	1%
<b>3.2.2.3</b>	<b>TZO Brtonigla</b>	<b>6.463</b>	<b>6.463</b>	<b>13.000</b>	<b>201</b>	<b>1%</b>
3.2.2.3.1	Plan Brtonigle (tisak)	6.463	6.463	12.000	186	1%
3.2.2.3.1.1.	dizajn	0	6.463	2.000		0%
3.2.2.3.1.2.	prijevodi	0	0	0		0%
3.2.2.3.1.3.	tisak	6.463	0	10.000	155	1%
3.2.2.3.2	Razno (memo, vizitke, kuverte i dr.)	0	0	1.000		0%
<b>3.2.3</b>	<b>SUVENIRI</b>	<b>1.500</b>	<b>1.122</b>	<b>2.000</b>	<b>133</b>	<b>0%</b>
3.2.3.1	Poslovni partneri - pokloni	1.500	1.122	2.000	133	0%
3.2.3.2	Suveniri	0	0	0		0%
<b>3.2.4</b>	<b>TURISTIČKA (SMEĐA) SIGNALIZACIJA</b>	<b>20.025</b>	<b>20.025</b>	<b>20.000</b>	<b>100</b>	<b>1%</b>
<b>3.3</b>	<b>OGLAŠAVANJE U PROM.KAMPANJAMA</b>	<b>63.408</b>	<b>63.408</b>	<b>59.001</b>	<b>93</b>	<b>4%</b>
<b>3.3.1</b>	<b>MODEL I.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>22.987</b>		<b>1%</b>
3.3.1.1	TZIŽ	0	0	22.987		1%
<b>3.3.2</b>	<b>MODEL II.</b>	<b>31.704</b>	<b>31.704</b>	<b>18.007</b>	<b>57</b>	<b>1%</b>
3.3.2.1	TZIŽ	31.704	31.704	18.007	57	1%
<b>3.3.3</b>	<b>MODEL IV.</b>	<b>31.704</b>	<b>31.704</b>	<b>18.007</b>	<b>57</b>	<b>1%</b>
3.3.3.1	TZIŽ	31.704	31.704	18.007	57	1%
<b>3.4</b>	<b>OGLAŠAVANJE</b>	<b>56.430</b>	<b>48.122</b>	<b>82.000</b>	<b>145</b>	<b>5%</b>
3.4.1	Bujština	4.900	4.900	5.000	102	0%
3.4.2	Radio Eurostar	19.030	12.780	33.000	173	2%
3.4.3	Radio Istra	10.000	7.943	23.000	230	1%
3.4.4	Televizija	13.000	13.000	13.000	100	1%
3.4.5	Ostali mediji	9.500	9.500	8.000	84	0%
<b>3.5.</b>	<b>PROMOCIJA TUR.DESTINACIJE (projekt Vina SZ Istre)</b>	<b>9.375</b>	<b>9.375</b>	<b>5.000</b>	<b>53</b>	<b>0%</b>
<b>4.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>9.930</b>	<b>9.930</b>	<b>9.750</b>	<b>98</b>	<b>1%</b>
<b>4.1</b>	<b>SAJMOVI</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>0%</b>
<b>4.2</b>	<b>STUDIJSKA PUTOVANJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6.750</b>		<b>0%</b>
<b>4.3</b>	<b>PREZENTACIJE</b>	<b>9.930</b>	<b>9.930</b>	<b>3.000</b>	<b>30</b>	<b>0%</b>
4.3.1	Cluster	0	0	2.000		0%
4.3.2	Ostalo (Tuberfest i dr.)	925	925	1.000	108	0%
4.3.3	ATP Umag - Presentacija projekta 4 zemlje	9.005	9.005	0	0	0%
<b>5.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>1.374</b>	<b>1.374</b>	<b>1.000</b>	<b>73</b>	<b>0%</b>
<b>5.1</b>	<b>EDUKACIJA</b>	<b>1.374</b>	<b>1.374</b>	<b>1.000</b>	<b>73</b>	<b>0%</b>
<b>5.2</b>	<b>NAGRADE I PRIZNANJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>0%</b>
<b>6.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>2.860</b>	<b>2.456</b>	<b>4.383</b>	<b>153</b>	<b>0%</b>
6.1	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	0	0	0		0%
6.2	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	2.860	2.456	4.383	153	0%
6.5.1	TZIŽ	404	0	383	95	0%
6.5.2	Cluster	0	0	2.000		0%
6.5.3	TZO Brtonigla	2.456	2.456	2.000	81	0%
<b>7.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>6.573</b>	<b>5.765</b>	<b>59.000</b>	<b>898</b>	<b>4%</b>
7.1	TZIŽ - SMP 2014-18	808	0	0	0	0%

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU**

7.2	Priprema turističke sezone 2014.	0	0	53.000		3%
7.3	Projekt Muzeja vina	2.090	2.090	5.000	239	0%
7.4	Sufinanciranje turističkih agencija	3.675	3.675	1.000	27	0%
<b>8.</b>	<b>OSTALO</b>	<b>5.075</b>	<b>0</b>	<b>5.000</b>	<b>99</b>	<b>0%</b>
8.1	Donacije (udruge, razna društva...)	0	0	0		0%
8.2	Amortizacija	5.075	0	5.000	99	0%
8.3	Neotpisana vrijednost prod. i rashod. imovine	0	0	0		0%
<b>9.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI (30%)</b>	<b>350.000</b>	<b>350.000</b>	<b>529.000</b>	<b>151</b>	<b>33%</b>
9.1	Transfer Općini 2012	99.000	99.000	0	0	0%
9.2	Transfer Općini 2013	251.000	251.000	124.000	49	8%
9.3	Transfer Općini 2014	0	0	405.000		25%
<b>10.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE</b>	<b>66.519</b>	<b>66.519</b>	<b>41.000</b>	<b>62</b>	<b>3%</b>
	<b>UKUPNO RASHODI</b>	<b>1.378.500</b>	<b>1.245.478</b>	<b>1.625.500</b>	<b>118</b>	<b>100%</b>
	PRIJENOS VIŠKA /MANJKA U IDUĆU GOD.	<b>-41.000</b>	30.863	0		