

GODIŠNJE FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

•

IZVJEŠĆE O RADU ZA 2015. GODINU

**VERTENEGLIO
BRTONIGLA**

HRVATSKA

Istra



SADRŽAJ:

| | | |
|----|--|----|
| 1. | UVOD | 3 |
| | Ostvareni turistički promet u 2015 godini..... | 5 |
| 2. | ADMINISTRATIVNI MARKETING | 13 |
| | Rashodi za radnike | 15 |
| | Rashodi ureda..... | 16 |
| | Rashodi za rad tijela turističke zajednice | 16 |
| | Najam poslovnog prostora | 19 |
| | Članarina udruzi Gradovi vina/Citta` del vino | 19 |
| 3. | DIZAJN VRIJEDNOSTI | 20 |
| | Potpore manifestacijama | 20 |
| | Bike proizvod | 22 |
| 4. | KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI..... | 24 |
| | Online komunikacija | 24 |
| | Offline komunikacija..... | 25 |
| | PR aktivnosti – odnosi s javnošću..... | 25 |
| | Brošure i ostali tiskani materijal | 26 |
| | Oglašavanje u promotivnim kampanjama | 27 |
| | Oglašavanje | 28 |
| | Promocija turističke destinacije – projekt Vina Sjeverozapadne Istre | 28 |
| 5. | MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA | 29 |
| 7. | TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI BRTONIGLA | 29 |
| 7. | FINANCIJSKO IZVJEŠĆE..... | 29 |

1. UVOD

Međunarodni turizam u 2015. godini dosegao je nove rekordne visine što pridonosi gospodarskom rastu i stvaranju novih radnih mjesta u mnogim dijelovima svijeta. Potražnja je u 2015. godini bila snažna gotovo svugdje u svijetu, ali s 'mješovitim' rezultatima u pojedinim destinacijama zbog neobično jakih oscilacija tečaja, pada cijena nafte i drugih roba koje su povećale raspoloživ dohodak za putovanja.

Također, rezultati su u 2015. godini bili i pod utjecajem prirodnih te civilizacijskih kriza u mnogim dijelovima svijeta, te je trenutno u turizmu jedno od važnijih pitanja ono sigurnosti i zaštite tijekom putovanja.

UNWTO u novom izdanju Svjetskog turističkog barometra ističe da je 2015. bila šesta godina za redom s natprosječnim rastom međunarodnih turističkih dolazaka (ili turista koji su oputovali izvan svojih granica u destinacije diljem svijeta), te je Europa najposjećenija svjetska regija s gotovo 609 milijuna dolazaka, što je 29 milijuna ili 5% više nego u 2014. godini.

Među 28 zemalja EU, Hrvatska je među onima s najvećim rastom broja noćenja i najvećim udjelom inozamnih gostiju, tako da je na području Hrvatske u 2015. godi i ostvareno ukupno 71,3 milijuna noćenja .

U 2015. godini TZO Brtonigla ciljano je ulagala o financijska sredstva u promociju, kvalitetu uvjeta boravka u mjestu, kako gostiju, tako i lokalnog stanovništva te realizirala planski osmišljen kalendarski raspored događanja.

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

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Brtonigla kao dijela navedenog klastera u 2015. godini, a obzirom na specifičnosti turističke destinacije Brtonigla, kao destinacije visoke razine smještaj, enogastronomije i bogate tradicije toga kraja ciljevi koji su imali za omogućiti:

- Produženje sezone na ostale mjeseci u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode i evente koji su namjenjeni pred i posezoni: Dani istarskih šparoga, Dani švoja, Dani jadranskih lignja, Dani školjaka i Istria Wine&Walk, zatim Festival Istarske malvazije te Choco & Wine Fest-a
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u clusteru
- Povećati potrošnju turista.
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista.

Navedeni su ciljevi realizirani, kao i bitne aktivnosti TZO Brtonigla za 2015. koje su bile usmjerene ka daljnjem razvoju proizvoda koji produžuju turističku sezonu, doprinose prepoznatljivosti destinacije, obogaćivanju marketinške infrastrukture, te aktivnosti za promociju odnosno e-marketing.

Klaster Sjeverozapadne Istre ponovno je zajedno s još 39 destinacija u Republici Hrvatskoj ušao u projekt Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice 'Hrvatska 365' s osnovnim ciljem aktivnijeg usmjeravanja na razvoj i promociju destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u periodima pred i po sezone. U 2015. godini u klaster Sjeverozapadne Istre pridružili su nam se Grožnjan, Oprtalj i Buzet.

Nastavljena je i produbljena suradnja sa Turističkom zajednicom Istarske županije i Uredom za turizam Istarske županije s krajnjim ciljem kvalitetnije prezentacije integralnog turističkog proizvoda klastera SZ Istre u okviru udruženog oglašavanja odnosno promotivne kampanje istarskih destinacija na svjetskom turističkom tržištu (zajednička promotivna kampanja na web portalima zrakoplovnih kompanija).

I u protekloj godini održale su se manifestacije u organizaciji ili suorganizaciji Turističke zajednice Općine Brtonigla s Općinom Brtonigla, Razvojnoum agencijom Brtonigla, Zajednicom Talijana Brtonigla, Zajednicom Talijana Nova Vas, Udrugom gljivara bujštine Boletus i MO s područja Općine Brtonigla.

U 2015. godini Ured TZO Brtonigla koordinirao je aktivnosti vezane uz unapređenje boravka gostiju, organizaciju događanja, razvoj proizvoda i uređenje destinacije s nadležnim institucijama na području Općine Brtonigla.

Poslovanje TZO Brtonigla u predmetnom razdoblju odvijalo se u skladu s aktima Zajednice, odlukama Turističkog vijeća i Skupštine, a financijska sredstva utrošena su sukladno Programu rada i financijskom

planu za 2015.godinu, odnosno Izmjenama i dopunama financijskog plana za 2015. godinu prihvaćenim na 5. sjednici Turističkog vijeća te usvojenim na 4. sjednici Skupštine TZO Brtonigla.

Ostvareni turistički promet u 2015 godini

Protekla 2015. godina za Hrvatsku je zaključena s 8% više turista, koji su ostvarili gotovo 7% više noćenja. Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2015. godini ostvareno je 23.668.568 noćenja odnosno 6% više noćenja nego u 2014. godini dok je istovremeno u 2015. godini realizirano 3.570.668 dolazaka ili 9% više nego 2014. godini. Udio Turističke zajednice Općine Brtonigla u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 2.25%

Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2014. i 2015.godini – TZO Brtonigla

| Vrsta | Dolasci 2014 | Dolasci 2015 | Index | Noćenja 2014 | Noćenja 2015 | Index |
|---------------|---------------|---------------|------------|----------------|----------------|------------|
| Domaći | 653 | 833 | 128 | 5.607 | 4.113 | 73 |
| Strani | 54.915 | 65.030 | 118 | 480.295 | 527.560 | 110 |
| Ukupno | 55.568 | 65.863 | 119 | 485.902 | 531.763 | 109 |

Po prvi puta u svojoj turističkoj povijesti, u 2015.godini Općina Brtonigla dosegla je brojku veću od pola milijuna ostvarenih noćenja, čime će ova 2015. godina biti zapamćena kao izrazito uspješna. Pozitivne turističke statistike bilježe se od samog početka godine, odnosno predsezone što je rezultat izuzetno povoljnih vremenskih prilika, dobro posloženih blagdana, poduzetim aktivnostima na razvoju proizvoda na nivou klastera SZ Istre, geo-političkim prilikama na konkurentnim receptivnim tržištima te naporima i uloženom trudu svih nositelja turističke ponude na području Brtonigle.

Turistički promet ostvaren na području Općine Brtonigla, bilježi porast od 19% u broju dolazaka, odnosno porast od 9% u broju noćenja, rezultat je primarno povećanja noćenja u kampu CampingIN Park Umag. 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 malu destinaciju jakih tradicijskih vrijednosti, potvrđuje odabrani smjer turističkog razvoja Općine Brtonigla.

Pregledom ostvarenja dolazaka i noćenja u proteklom petogodišnjem razdoblju (2010.-2015.) iz kojeg je vidljivo, osim u 2011. godini, bilježen je kontinuirani porast dolazaka i noćenja, te je 2015. u usporedbi s početnom 2010. godinom potvrdila povećanje od 60% kod dolaska gostiju odnosno 49% kod ukupnih ostvarenih noćenja.

Tablica 2. Pregled ostvarenih dolazaka i noćenja za razdoblje 2010. - 2015. na lokalnoj razini.

| Dolasci | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Domaći | 535 | 890 | 761 | 531 | 653 | 833 |
| Strani | 40.455 | 40.479 | 44.840 | 53.607 | 54.915 | 65.030 |
| Ukupno | 40.990 | 41.369 | 45.601 | 54.138 | 55.568 | 65.863 |
| Noćenja | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Domaći | 3.197 | 3.662 | 4.620 | 4.180 | 5.607 | 4.113 |
| Strani | 351.681 | 337.206 | 384.517 | 454.100 | 480.295 | 527.650 |
| Ukupno | 354.878 | 340.868 | 389.137 | 458.280 | 485.902 | 531.763 |

Promatrajući strukturu ostvarenog turističkog prometa prema vrsti smještajnih kapaciteta vidljivo je da je najveći broj noćenja, gotovo 480.000, ostvaren u segmentu kampa, što proizlazi iz ukupnog smještajnog kapaciteta za tu vrstu smještaja. Slijedeća kategorija koja je ostvarila najveći broj noćenja jesu vlasnici stanova i kuća za odmor, odnosno vikendaši koji su u 2015. godini ostvarili gotovo 27.000 noćenja, što je u odnosu na prethodnu 2104. godina manje za 29%. Obzirom da su se do kraja 2014.godine vlasnici kuća i stanova za odmor za područje Fiorina i Karigadora prijavljivali u turističkoj agenciji, a ne kako je Zakonom definirano u lokalnoj TZ, ne možemo sa sigurnošću znati koji je razlog smanjenja noćenja, posebice što je boravišna pristojba za ovu grupu gostiju uplaćena u većem iznosu nego prethodne 2014. godine. Slijede samostalni iznajmljivači – fizičke osobe s 17.133 ostvarenih noćenja, zatim Samostalni iznajmljivači – obrti i tvrtke s 7.784 ostvarenih noćenja. Do 2014. godine fizičke osobe te obrti i tvrtke vodili su se pod istom skupinom, što je u 2015. godini rasčlanjeno obzirom da je razlika među njima način na obračunavanja boravišne pristojbe. Fizičke osobe boravišnu pristojbu plaćaju u paušalnom iznosu dok obrti i tvrtke obvezu podmiruju prema ostvarenim noćenjima. Kada zbrojimo obe kategorije kako bi

noćenja usporedili s 2014. godinom, u kojoj je zabilježen pad od 4%, u 2015. godini s gotovo 25.000 noćenja privatni smještaj bilježi porast od 1%.

Kategorija mali i obiteljski hoteli u 2015. godini ostvarila je 3.607 noćenja te drugu godinu zaredom bilježi pad u ostvarenim noćenjima.

Tablica 3. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja prema vrsti smještajnih kapaciteta u 2014. i 2015. godini

| Vrsta smještaja | 2014. | Udio% | 2015. | Udio % | Index |
|-----------------------------------|----------------|------------|----------------|------------|------------|
| Kamp | 419.919 | 86 | 476.516 | 90 | 113 |
| Mali i obiteljski hotel | 3.948 | 1 | 3.607 | 1 | 91 |
| Privatni smještaj - obrti i d.o.o | 246 | 0 | 7.784 | 1 | 3164 |
| Privatni smještaj - fizičke osobe | 24.320 | 5 | 17.133 | 3 | 70 |
| Kuće i stanovi za odmor | 37.469 | 8 | 26.723 | 5 | 71 |
| Ukupno | 485.902 | 100 | 531.763 | 100 | 109 |

Promatrajući promet prema turističkim sezonama jasno je vidljivo da se gotovo 90% noćenja ostvari u razdoblju glavne sezone, što je direktna posljedica nedostataka kapaciteta u čvrstim objektima te sezonalnosti Hrvatskog turizma. Ukoliko promatramo predsezona, ona u 2015. godini bila je zbog dobro posloženih blagdana, povoljnih vremenskih prilika te poduzetim aktivnostima nositelja turističke ponude, za 3% bolja u odnosu na 2014. godinu.

Tablica 4. Usporedni prikaz noćenja prema razdobljima u 2014. i 2015. godini

| Razdoblje | Noćenja 2014 | Udio | Noćenja 2015 | Udio | Index |
|--------------------------------|----------------|------------|----------------|------------|------------|
| Predsezona (01.03-31.05) | 20.482 | 5 | 44.166 | 8 | 216 |
| Glavna sezona (01.06. - 30.09) | 463.661 | 95 | 485.827 | 92 | 105 |
| Posezona (01.10 - 31.10) | 1.101 | 0 | 1.030 | 0 | 94 |
| Vansezona (3.11. -28.02) | 658 | 0 | 740 | 0 | 112 |
| Ukupno | 485.902 | 100 | 531.763 | 100 | 109 |

Tradicionalno, dugogodišnji najbrojniji gosti na području Brtonigle s ostvarenih 40% ukupnih noćenja jesu Njemci, koji su do kraja godine s 22.300 dolazaka ostvarili 210.658 noćenja, te bilježe porast od 9% u dolascima te 6%. Na drugom mjestu jesu Nizozemci s 7.312 dolazaka i 84.079 ostvarenih noćenja.

Slijede ih Austrijanci s 8.194 dolazaka (26% više) i 40.358 ostvarenih noćenja (26% više), zatim Slovenci, Talijani i Danci. Iznenadjenje sezone jesu Poljaci s porastom od 67% u dolascima te 63% u ostvarenim noćenjima.

Što se domaćih gostiju tiče oni bilježe 833 dolaska, povećanje od 28% te 4.113 ostvarenih noćenja, koja nakon rasta u 2014. godini u ovoj bilježe pad.

Za zaključiti je da su u 2015. godini Brtoniglu posjetili gosti s nama tradicionalnih i emitivno važnih tržišta, te da gotovo sva tržišta bilježe porast.

Tablica 5. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja po zemljama porijekla u 2014. i 2015. godini

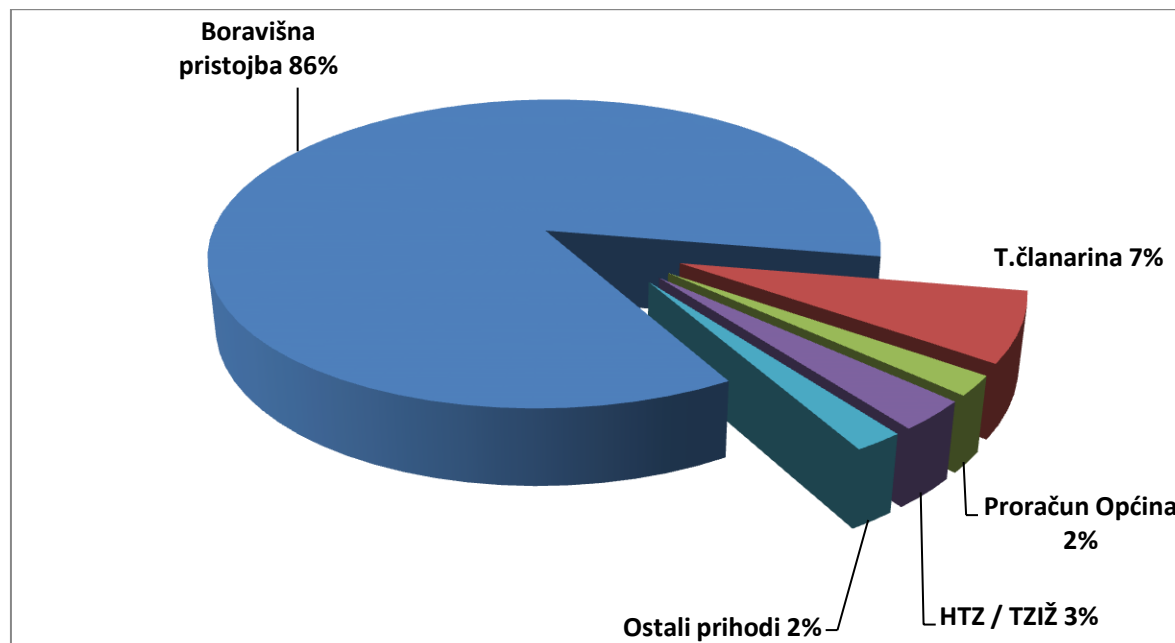
| Zemlja | Noćenja 2014 | Udio% | Noćenja 2015 | Udio % | Index |
|---------------|----------------|------------|----------------|------------|------------|
| Njemačka | 199.346 | 41 | 210.658 | 40 | 106 |
| Nizozemska | 84.035 | 17 | 84.079 | 16 | 100 |
| Austrija | 39.420 | 8 | 50.132 | 9 | 127 |
| Slovenija | 40.358 | 8 | 40.288 | 8 | 100 |
| Italija | 26.708 | 6 | 32.338 | 6 | 121 |
| Danska | 28.447 | 6 | 25.410 | 5 | 89 |
| Poljska | 14.031 | 3 | 22.870 | 4 | 163 |
| Domaći | 5.607 | 1 | 4.113 | 1 | 73 |
| Ostale zemlje | 47.950 | 10 | 61.875 | 11 | 129 |
| Ukupno | 485.902 | 100 | 531.763 | 100 | 109 |

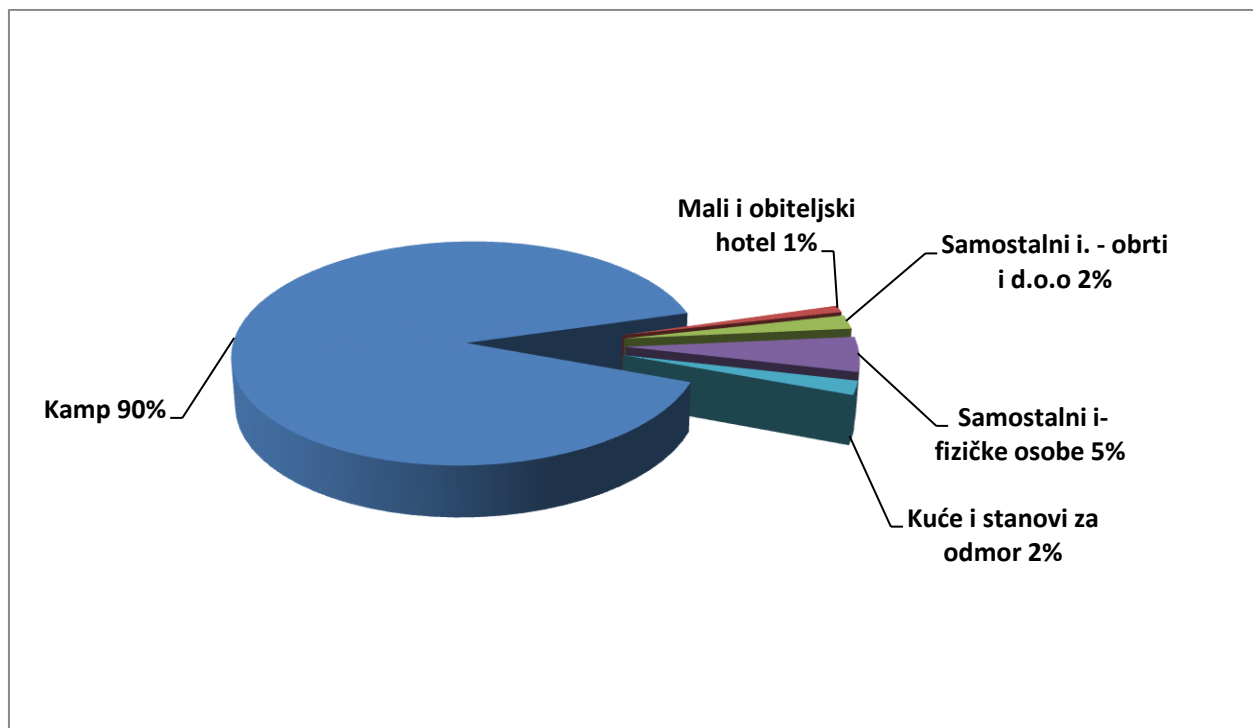
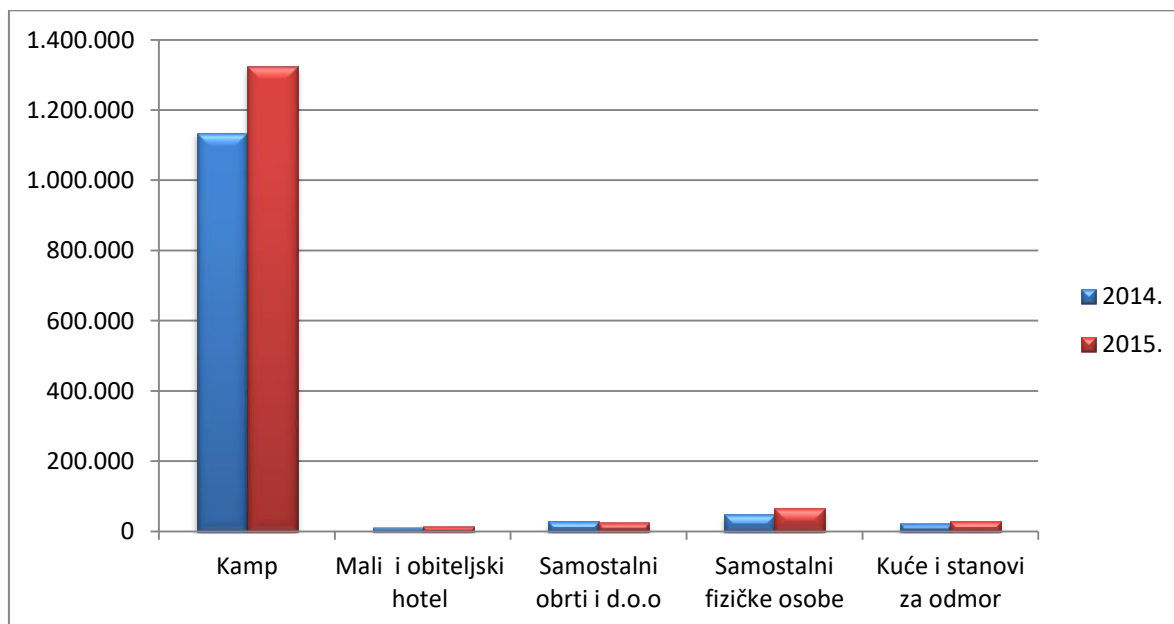
2. OSTVARENI PRIHODI U 2015

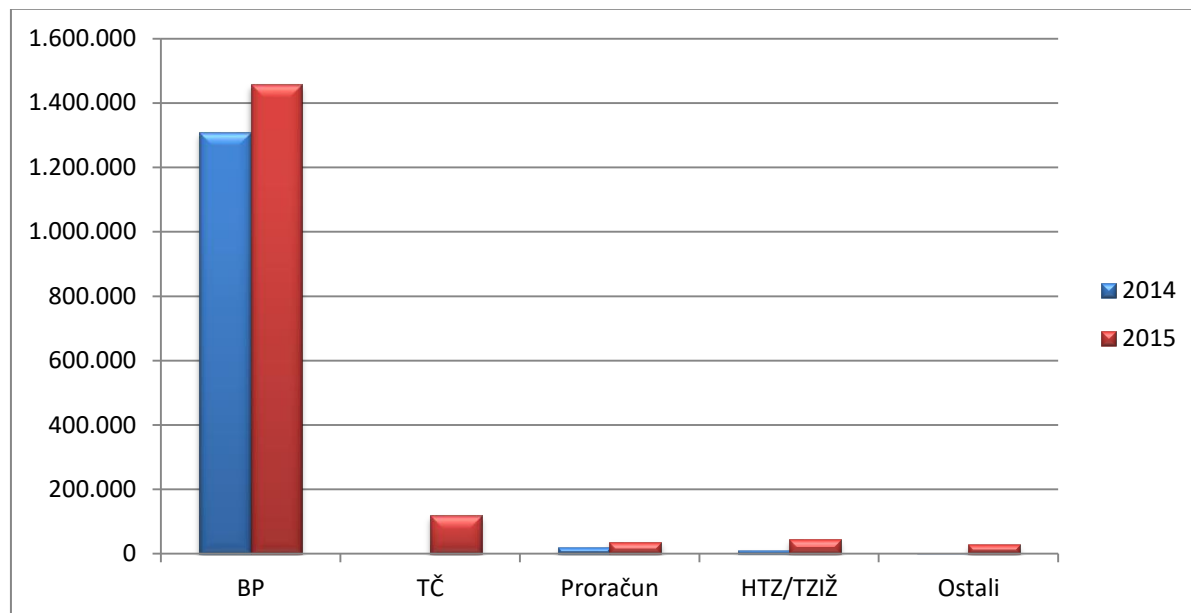
Ukupni ostvareni prihodi u 2015. godini iznose 1.688.914,00 kuna što iznosi 6% više od planiranog, te povećanje od 15% u odnosu na ostvarenje prihode u prethodnoj 2014. godini.

Od boravišne pristojbe uplaćeno je 1.457.295 kn što je 11% više od ostvarenog u 2014. godini, te 6% više no planirano. Boravišna pristojba čini 86% ukupnih prihoda, dok je turističke članarine uplaćeno rekordnih 119.383 kn kao posljedica poslovanja vodenog parka Istralandia koji je u 2015. godini izvršio prvu uplatu turističke članarine, što iznosi povećanje od 60% u odnosu na 2014. (7% u ukupnim prihodima). Iz Proračuna Općine Brtonigla uplaćeno je ukupno 36.000 kn, dok ostala sredstva čine uplate iz drugih izvora (45.000 sufinanciranje programa i projekata od strane HTZ I TZIŽ-a) zatim preneseni višak iz prethodne godine te ostali nespomenuti rashodi.

Grafikon 1. Struktura prihoda TZO Brtonigla za 2015. godinu



Grafikon 2. Struktura prihoda BP prema vrsti smještaja**Grafikon 3. Usporedba ostvarenih prihoda BP prema vrstama smještaja u 2014. i 2015. godini**

Grafikon 4. Usporedba ostvarenja prihoda u 2014. i 2015.godini

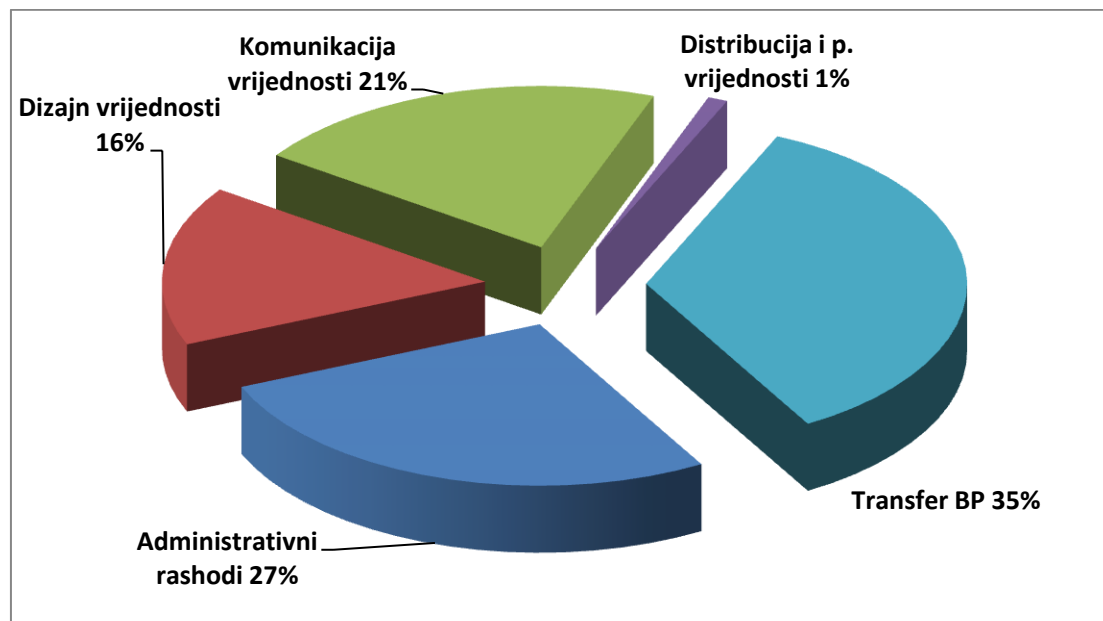
3. OSTVARENI RASHODI U 2015

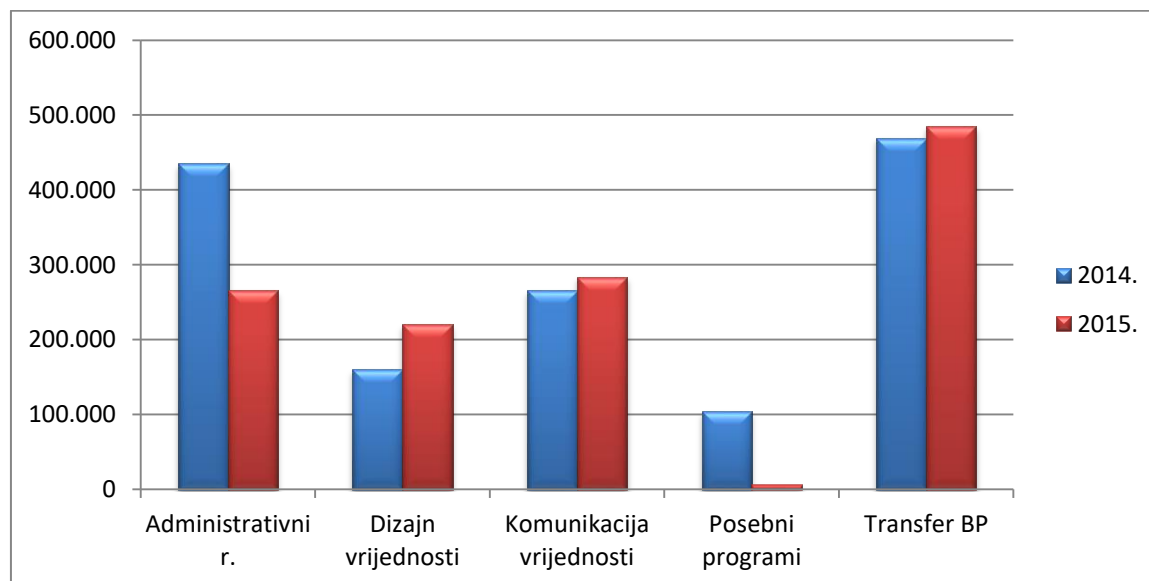
Ukupni ostvareni rashodi za 2015. godinu iznose 1.381.891,00 kuna, a ostvareni 4% manjem iznosu u odnosu na ostvarenje u 2014. godini. Zbog povećanja ukupnih prihoda od 6% u odnosu na prvobitni plan, krajem godine donešene su izmjene i dopune financijskog plana za 2015. godinu, koje prate i ostvarenje rashoda.

U najvećem obujmu ostvareni su rashodi na stavci transfer BP Općini u iznosu od 436.857,00 kn, gdje je vraćen i dug iz 2014. godine u iznosu od 48.306,00 kn, zatim administrativni rashodi u iznosu od 379.029,00 kn, koji su u odnosu na ostvareno u 2014. godini za 13% manji, te 14% manji u odnosu na planirano. Slijede rashodi na stavci dizajn vrijednosti u iznosu od 221.071,00 kn koji su u odnosu na 2014. godinu zbog realizacije novih programa poput gourmet manifestacije Istria Wine&Walk, zatim Istria Wine&Run utrke, većeg broja održanih Karigador Fish Fest-a i organizacije izložbe u galeriji Aleksandra Rukavine, veći za 37%.

283.682,00 kn iznose rashodi na stavci komunikacija vrijednosti, te su oni u usporedbi s planiranim iznosima u 2014. godini manji za 30%, svi su programi uredno izvršani prema planu. Detaljna razrada realiziranih troškova pojašnjena je nastavku ovog Izvješća te je prikazana sukladno stavkama financijskog plana odnosno rebalansa financijskog plana, koji je usvojen u prosincu 2015. godine.

Grafikon 5. Struktura rashoda TZO Brtonigla za 2015.godinu



Grafikon 5. Usporedba ostvarenih rashoda u 2014. i 2015. godini

1. ADMINISTRATIVNI MARKETING

Administrativni marketing obuhvaća sve poslove ureda turističke zajednice, turističko informativnog centra, info centra te sve ostale poslove koji su nužni za ostvarenje programa rada 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'.

Protekle je godine Turistički ured Turističke zajednice Općine Brtonigla obavljao sve stručne i administrativne poslove Zajednice, sukladno čl. 44. i 46. Statuta Turističke zajednice Općine Brtonigla. Početkom i krajem godine se intenzivnije radilo na pripremi financijskih izvješća, programa rada, prikupljanju i razradi popisa opreme, imovine i sitnog inventara. Obzirom na zatečeno stanje gdje se prijava i naplata boravišne pristojbe za vlasnike kuća i stanova za odmor nije se vršila u TZ, za dva turistička naselja, te nismo imali uvid koji je postotak vlasnika koji izvršavaju svoju zakonsku dužnost prema TZ-u, te podatak da je manje od 10% privatnih iznajmljivača u prethodnim godinama podmirilo je

obvezu plaćanja turističke članarine, intenzivno se radilo na prikupljanju i sistematizaciji podataka privatnih iznajmljivača te vlasnika kuća i stanova za odmor, kako bi se napravila kvalitetna baza podataka koja je temelj za daljnju komunikaciju te redovito obaviještavanje članova o njihovim zakonskim obavezama.

Krajem godine HTZ najavila je, te krenula u revizijski nadzor nad poslovanjem TZO Brtonigla za 2014. godinu, gdje su izvršeni svi poslovi kontrole nad radom turističke zajednice u obavljanju stručnih poslova, djelotvornosti, ekonomičnosti i svrhovitosti izvršavanja zadaća. Zatim, svrhovitosti i učinkovitosti korištenja financijskih sredstava te namjenskim trošenjem sredstava. Za potrebe nadzora uredno je pripremljena sva tražena dokumentacija te je ista dana na uvid revizoru.

Radi racionalnijeg trošenja financijskih sredstava konstantno su se vršili poslovi praćenja i utvrđivanja financijskog stanja, održani su sastanci s računovodstvenim servisom radi usklađivanja troškova realiziranih do kraja godine, pripremljeni su svi financijski izvještaji, ali i svi ostali izvještaji sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. Konstantno se pratilo stanje zaliha svih promidžbenih materijala TZ-a. Skladište se redovito održavalo i organizirano su složeni svi dokumenti, promidžbeni prospekti, stručna literatura i ostali materijali.

Osim svega gore navedenog, direktorica i djelatnici ureda intenzivno su radili na koordinaciji i organizaciji manifestacija koje su utvrđene godišnjim kalendarom, svakodnevno su provodili zadatke utvrđene programom rada Zajednice, obavljali stručne i administrativne poslove u vezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice te izrađivali i izvršavali akte tijela Zajednice, obavljali pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, vodili evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice, izrađivali analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice, davali tijelima Zajednice i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice te obavljali druge poslove koje su im odredila tijela Zajednice.

Rashodi za radnike

U Turističkom uredu s cjelogodišnjim poslovanjem zaposlene su dvije osobe na neodređeno vrijeme, direktorica ureda i referentica za administrativne i promidžbene poslove. Tokom ljetnih mjeseci zbog intenziviranih poslova prijave i naplate boravišne pristojbe vlasnicima kuća i stanova za odmor, te davanja informacija turistima, posjetiteljima, iznajmljivačima te prijave gostiju zaposlene su dvije sezonske djelatnice; informator za rad u CampIN Park Umagu putem studentskog ugovora te turistički informator za rad u Turističko informativnom centru u Brtonigli, na određeno vrijeme.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Rashodi za radnike | | | |
| Ured <i>(kontinuirano)</i> | 186.000 kn | 163.000 kn | 163.449 kn |
| TIC Brtonigla <i>(kontinuirano)</i> | 95.000 kn | 93.000 kn | 92.405 kn |
| TIC Kamp Park Umag <i>(lipanj-rujan)</i> | 14.000 kn | 9.000 kn | 8.693 kn |
| Ukupni iznos | 295.000 kn | 269.000 kn | 266.233 kn |

U 2015. godini zabilježeno je smanjenje prvobitno planiranih rashoda za radnike u iznosu od 28.767 kn u odnosu na isto razdoblje prethodne godine iz razloga što se za prva dva mjeseca nisu izdvajala sredstva za plaću direktorice ureda, te su sredstva za informatora u CampIN Park Umag ostvarena u manjem obujmu od planiranih iz razloga što se nisu isplaćivali putni troškovi .

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. Rashodi ureda predstavljaju materijalne izdatke te izdatke za usluge, te su oni u 2015.godini smanjeni za gotovo 47% u odnosu na ostvareno u 2014. godini.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|
| Rashodi ureda | 95.109 kn | 72.340 kn | 71.278 kn |
| Ukupni iznos | 95.109 kn | 72.340 kn | 71.278 kn |

Rashodi za rad tijela turističke zajednice

U 2015. godini održane su redovne sjednice tijela Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora TZ Općine Brtonigla.

Skupština TZO Brtonigla

U 2015. godine održane su dvije redovne sjednice Skupštine sa sljedećim točkama dnevnog reda:

- 3. sjednica Skupštine – travanj 2015. godine – Dnevni red:1. Verifikacija zapisnika sa 2. sjednice Skupštine Turističke zajednice Općine Brtonigla ,2.Razmatranje i usvajanje Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2014. godinu;3.Razmatranje i usvajanje Izvješća o radu Turističkog vijeća Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2014. godinu;4.Razmatranje i usvajanje Izvješća o radu i financijskom poslovanju Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2014. godinu; 5.Tekuće aktivnosti Turističkog ureda 6.Razno.

- 4. sjednica Skupštine –prosinac 2015. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija zapisnika sa 3. sjednice Skupštine Turističke zajednice Općine Brtonigla;2.Razmatranje i usvajanje Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za razdoblje 01.01. do 30.06.2015 godine;3.Razmatranje i usvajanje Izmjena i dopuna financijskog plana Turističke zajednica Općine Brtonigla za 2015. godin;4. Razmatranje i usvajanje Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2016.godinu5. Razno.

Turističko vijeće TZO Brtonigla

U 2015. godini održane su četiri redovne te sjednice Turističkog vijeća sa sljedećim točkama dnevnog reda:

- sjednica Turističkog vijeća za provedbu postupka natječaja za imenovanje direktora ureda – veljača 2015. godine
- 3. sjednica Turističkog vijeća – travanj 2014. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija zapisnika sa 2. sjednice Turističkog vijeća Turističke zajednice Općine Brtonigla; 2. Razmatranje Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla u 2014. godini; 3.Razmatranje i usvajanje Izvješća direktora Turističkog ureda o svom radu i o radu Turističkog Ureda Turističke zajednice Općine Brtonigla; 4.Razmatranje prijedloga Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2014. godini; 5.Razmatranje godišnjeg Izvješća o radu Turističke zajednice Općine Brtonigla u 2014. godini (materijalno i financijsko poslovanje Zajednice te izvršenje programa rada i financijskog plana);6.Prijedlog za otpis sredstava, opreme i sitnog inventara Turistike zajednice Općine Brtonigla;7.Razno
- 4.sjednica Turističkog vijeća – kolovoz 2015. godine – Dnevni red: 1 Verifikacija zapisnika sa 3. sjednice Turističkog vijeća Turističke zajednice Općine Brtonigla;2. Izvješće o radu Ureda Turističke zajednice Općine Brtonigla za razdoblje od 01.01.2015 do 30.06.2015., uz ostvarenje financijskog plana do 30.06.2015.; 3.Izmjene i dopune Odluke o ustrojstvu, sistematizaciji i plaćama djelatnika Turističkog ureda TZO Brtonigla; 4.Donošenje Odluke o blagajničkom maksimumu; 5.Razno

- 5. sjednica Turističkog vijeća- prosinac 2015. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija zapisnika sa 4. sjednice Turističkog vijeća Turističke zajednice Općine Brtonigla; 2. Izvješće Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za razdoblje od 01.01. do 30.06.2015. godine; 3. Prijedlog izmjena i dopuna financijskog plana za 2015. godinu; 4. Prijedlog Programa rada i financijskog plana Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2016. godinu; 5. Donošenje Odluke načinu isplate i visini naknada članovima Tijela Turističke zajednice Općine Brtonigla; 6. Razno

Prema čl. 32 Poslovniku o radu Turističkog vijeća, dana 20.05.2015., Turističko vijeće el. putom donosi Odluku o osnivanju PPS Kluba.

Nadzorni odbor TZO Brtonigla

U 2015. godini održane su dvije sjednice Nadzornog odbora sa sljedećim točkama Dnevnog reda:

- 2. sjednica Nadzornog odbora – ožujak 2015. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija Zapisnika sa 1. sjednice Nadzornog odbora TZO Brtonigla; 2. Prijedlog godišnjeg Izvješća o radu Turističke zajednice Općine Brtonigla u 2014. godini (materijalno i financijsko poslovanje Zajednice te izvršenje programa rada i financijskog plana); 3. Izvješće o prihodima i rashodima Turističke zajednice Općine Brtonigla za razdoblje od 01.01.2014. do 31.12.2014.; 4. Izvješće o izvršenom popisu imovine na dan 31.12.2014.; 5. Razno
- 3. sjednica Nadzornog odbora – rujan 2015. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija Zapisnika sa 2. sjednice Nadzornog odbora TZO Brtonigla; 2. Šestomjesečno Izvješće o radu Turističke zajednice Općine Brtonigla u 2015. godini (materijalno i financijsko poslovanje Zajednice te izvršenje programa rada i financijskog plana) 3. Razno

Stavka rashodi za rad tijela u 2015. godini nije izrealizirana iz razloga što je Turističko vijeće donijelo Odluku o visini i načinu isplate naknada članovima Tijela Turističke zajednice Općine Brtonigla, kojom se propisuje da se članstvom u tijelima ne ostvaruje pravo na naknadu.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Rashodi za rad tijela turističke zajednice | 10.000kn | 10.000kn | 0 kn |
| Ukupni iznos | 10.000 kn | 10.000 kn | 0 kn |

Najam poslovnog prostora

Turistički ured nalazi se na 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. Cijena najma, međutim, ne obuhvaća komunalne usluge.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|--------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Najam poslovnog prostora | 37.500 kn | 37.500 kn | 39.484 kn |
| Ukupni iznos | 37.500 kn | 37.500 kn | 39.484 kn |

Članarina udruzi Gradovi vina/Citta` del vino

I u 2015. godini TZO Brtonigla je ispunio obvezu uplate godišnje članarine kao član udruge Gradovi vina (Citta` del vino).

I u 2015. 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 | Rebalans | Ostvareno |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Članarina udruzi Gradovi vina | 2.000 kn | 2.100 kn | 2.035 kn |
| Ukupni iznos | 2.000 kn | 2.100 kn | 2.035 kn |

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Pod stavkom dizajn vrijednosti svrstane su aktivnosti unapređenja prizvoda stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja realizacijom različitih aktivnosti, te organizacijom manifestacija, samostalno, u suradnji s Općinom Brtonigla, turističkim zajednicama klastera te županijskom turističkom zajednicom.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Dizajn vrijednosti | 198.008 kn | 220.570 kn | 221.071 kn |
| Ukupni iznos | 198.008 kn | 220.570 kn | 221.071 kn |

Potpore manifestacijama

Sukladno Programu rada i Financijskom planu za 2015. godinu, održane su sve planirane manifestacije, odnosno i više njih no što je bilo planirano. Što se tiče realiziranih troškova, oni su u odnosu na planirano veći za 16 % upravo iz razloga što se ukazala prilika da se tokom predsezona, odnosno posezone organiziraju dodatne manifestacije kako bi se motiviralo posjetitelje za dolazak u Brtoniglu.

Na klsterskoj 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

vansezonskim terminima, te se po prvi puta organizirala manifestacija Istria Wine&Walk koja je u svojem prvom izdanju polučila veliki uspjeh. Pored gourmet, organizirane su i klasterske sportske manifestacije, među kojima i bike manifestacije (Istria Granfondo i Istria Bike days).

Na lokalnoj razini i u 2015.. godini održana 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 pružana je potpora brtoniškoj udruzi starih zanata Maison chic, u organizaciji sajma u jesenskom izdanju, zatim sportskom društvu Trickeri u organizaciji Istria Wine&Run, čiji je start polumaratona bio upravo u Brtonigli, slijedi potpora Hrvatskom Klubu Sommeliera o organizaciji Regionalnog prvenstva sommeliera Istre i Kvarnera. Uz financijsku potporu Općine Brtonigla u prosincu je ponovno održan dvodnevni Božićnji sajam.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Potpore manifestacijama | | | |
| zabavne | 62.600 kn | 79.151 kn | 75.298kn |
| sportske | 6.000 kn | 8.000 kn | 8.000 kn |
| gourmet | 74.500 kn | 75.619 kn | 79.614 kn |
| ekološke | 3.700 kn | 2.938kn | 2.938kn |
| ostalo | 940 kn | 6.842 kn | 6.842 kn |
| Ukupni iznos | 147.740 kn | 172.550 kn | 172.692 kn |

Razvoj proizvoda

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

U cilju pozicioniranja i ostvarivanja vizije klastera, i u 2015. godini je nastavljeno s razvojem osnovnih proizvoda na kojima klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje gradi svoj lanac vrijednosti i kreira marketinške aktivnosti, a to su: nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet.

TZO Brtonigla prema iskazanom interesu financijski sudjeluje u razvoju bike i gourmet proizvoda.

Sukladno zajedničkom Marketing planu za 2015. 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 i Dani švoja 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.

Bike proizvod

Vizija projekta je da cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje postane atraktivan i kvalitetno organiziran biciklistički klaster koji nudi kompletan doživljaj, uvjete i usluge u skladu sa potrebama biciklista. Prioritetni ciljevi su povećanje broja noćenja i dolazaka biciklista (grupe i individualci) te produženje turističke sezone (u periodu od ožujka do lipnja te rujna do listopada).

Imajući u vidu navedeno u 2015. godini u segmentu infrastrukture unaprijeđene usluge za bicikliste u objektima s oznakom Bike Hotels (Bike experts, Bike service card, najam GPS aparata), certificirani su novi bike objekti, trenutno ih je 12 na području klastera. Standardizirani su Pravidnici za certificiranje Bike smještaja, te uvedena nova kategorija; Bike friendly point. Vezano uz signalizaciju i održavanje, postavljene su tri nove informativne table za bicikliste, postavljene su dodatne informativne tabele duž staze (udaljenosti u km i nazivi lokacija) te su izrađeni Standardi i procedure za održavanje i čišćenje biciklističkih staza te signalizacije.

Trasirane su nove staze, njih 13, namjenjene cestovnim biciklistima, profesionalcima i poluprofionalcima te je pripremljen materijal za tisak.

U promotivnim aktivnostima realizirane su prezentacija proizvoda bike-a bike specijalistima iz inozemstva (Njemačka, Slovenija, Austrija, Hrvatska) na specijaliziranim sajmovima, radionicama, forumima. Realizirani obilasci i nastupi na specijaliziranim sajmovima: 10(6 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj), novinari u organiziranom posjetu: 18 (12 iz inozemstva / 6 iz Hrvatske), realizirana je video i foto produkcija proizvoda bike (teme:video za cestovne bicikliste,promo video – Istria Granfondo 2015, te video s manifestacije Istria Granfonso 2015), ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar cluster portala, dogovorena je suradnja s profesionalnim biciklistom Vladimirom Miholjevićem, koji je ujedno i promotor bike proizvoda klastera.

Osim navedenog u 2015. je održano 25 biciklističkih manifestacija i te je po četvrti put je organiziran međunarodni biciklistički maraton Istria Granfondo na kojem je na području klastera u dva dana sudjelovalo više od 800 biciklista iz 12 zemalja.

Također prema ukazanim potrebama u 2015. godini, dotisnuli smo bike karte (cestovne i MTB), bike vodiče te prezentacijsku Bike brošuru te Istria Bike Days.

Gourmet proizvod

Cilj ovog projekta je prepoznavanje klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje po vrhunskoj eno - gourmet ponudi, razrađenim programima i uslugom usmjerenom prema gostu tijekom čitave godine. U okviru razvoja gourmet proizvoda osnovne su aktivnosti bile: uvođenje novih sadržaja i programa, izrada tematskih paketa i komercijalizacija istih, organizacija gourmet evenata, proširenje suradnje s partnerima (specijalizirane agencije, opinionmakeri...), dorada brošure i prezentacijskog materijala gourmet ponude, promocija, PR aktivnosti, te sajmovi i prezentacije.

U segmentu promocije realizirane prezentacije i promocije: 6 (2 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj), dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 28 (iz inozemstva i Hrvatske), objavljeno 325 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala, realiziran je tisak promotivni materijali odnosno letci gourmet manifestacija klastera, prezentacijska brošura gourmet proizvoda te gourmet vodiči U segmetu organizacije eventa realiziranisu slijedeći event; Dani istarskih šparoga, Dani švoja, Dani jadranskih lignji i Dani školjaka. U svibnju je po prvi puta organizirana manifestacija Istria Wine&Walk kojoj je sudjelovalo 400 osoba. Da je razvoj gourmet proizvoda bitan,

govori i činjenica kako je HTZ prepoznala projekt „Gourmet priča SZ Istre“ te je isti financijski podrrijela s 20.000,00kn.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|
| Razvoj proizvoda | | | |
| Bike | 25.768 kn | 23.020 kn | 22.912 kn |
| Gourmet | 22.500 kn | 25.000 kn | 25.467kn |
| Ukupni iznos | 48.268 kn | 48.020 kn | 48.379 kn |

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Online komunikacija

Ulaganje u online komunikaciju TZO Brtonigla realizira u suradnji s TZIŽ-om i na klusterskoj razini u suradnji s partnerom Istra D.M.C., obzirom da je online komunikacija postala prioritetni kanal promocije. U 2015. godini turističke zajednice klastera gradova Umag, Novigrad, Buje i općine Brtonigla nastavile su implementaciju i primjenu zajedničkog vizualnog identiteta i time pokrenule i realizirale niz 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 2015. godini aktivnosti na području e-marketinga bile su usmjerene prvenstveno prema unapređenju centralnog web portala na razini klastera, te je realizirano:

- poboljšana je kvaliteta i pozicija bloga (integracija Twitter feeda i You tube kanala, istaknute social ikone, integriran Like gumb na svaki članak te je omogućeno generiranje Tweeta)

- dovršen je kompletan prijevod stranica na slovenski jezik te vršen kontinuiran rad na sadržaju (eventi/članici)
- napravljen je redizajn naslovne strane
- implementiran je novi CMS sustav te ugrađen Google tag manager
- napravljen novi dizajn newslettera i raspored slanja
- odrađen je foto natječaj i odabrani fotografi
- napravljena je kampanja za mobilne aplikacije
- nastavljena optimizacija stranica sa ciljem postizanja što boljeg SERP-a a sukladno SEO analizom i strategijom ključnih riječi sa ciljem
- realizirana e-promocija destinacije sukladno planu sa promocijom na društvenim mrežama te adwords i image/banner kampanjama

Aktivnosti su sufinancirane od strane dionika prema udjelima u ukupnom broju realiziranih noćenja turističkih zajednica na nivou clustera, uz sufinanciranje pripadajućih turističkih zajednica od strane hotelskih kompanija partnera. Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj e-marketinga u 2015. godini je iznosio 782.800 kn.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Internet stranice i društvene mreže | 66.243 kn | 51.592 kn | 49.012 kn |
| SEO strategija | 23.300 kn | 0 kn | 0 kn |
| Ukupni iznos | 89.543 kn | 51.592 kn | 49.012 kn |

Offline komunikacija

PR aktivnosti – odnosi s javnošću

S obzirom na činjenicu da trošak oglašavanja predstavlja vrlo značajnu stavku u ukupnim troškovima, a da raspoloživa sredstva ni u kom slučaju ne zadovoljavaju potrebe vezane uz oglašavačku kampanju,

turističke zajednice klastera nastojale su taj manjak sredstava kompenzirati i putem PR aktivnosti na nivou klastera sukladno Marketing planu klastera za 2015. godinu.

Sukladno tome, projektni timovi razvoja proizvoda klastera su u okviru svojih budžeta planirali sredstva za PR agente za hrvatsko, talijansko, njemačko i slovensko govorno područje, te su sukladno planiranom realizirali dovođenja novinara s hrvatskog, talijanskog, njemačkog i slovenskog govornog područja koji su komunicirali razvoj pojedinačnih proizvoda i pripadajućih im eventa na emitivnim tržištima Hrvatske, Italije, Austrije, Njemačke i Slovenije.

Pored navedenih za aktivnosti PR pod razvojem posebnih proizvoda na nivou klastera, TZO Brtonigla sudjeluje u prihvatu i smještaju novinara na boravku u Brtonigli npr. za vrijeme trajanja određene općinske manifestacije.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|-----------------------------------|------------------|-----------------|------------------|
| PR aktivnosti – odnosi s javnošću | 5.262 kn | 4.975 kn | 4.975 kn |
| Ukupni iznos | 5.262 kn | 4.975 kn | 4.975 kn |

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 2015. godinu, a odnosi se na izradu image brošura Istre i posebnih brošura po proizvodima. Od klusterskih promomaterijala realiziran je Kalendar događanja za 2015. godinu, biciklističke karte SZ Istre (cestovne i MTB), Bike vodič SZ Istre i Gourmet vodič u koji je umetnuta nova staza; „Jedna sorta, četiri zemlje, pregršt doživljaja“ .

Svi materijali tiskani su u 4 jezične varijante (HR-IT-EN-DE), dostupni su na destinacijskom webu www.coloursopistria.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 TZO Brtonigla tiskala je ažuriranu info mapu Brtonigle, s klusterskim vizualnim identitetom i osnovnim informacijama koje su potrebne posjetiteljima na području općine.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Brošure i ostali tiskani materijal | 91.096 kn | 56.698 kn | 57.893 kn |
| Ukupni iznos | 91.096 kn | 56.698 kn | 57.893 kn |

Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U modelima oglašavanja u 2015. godini (model I., II. i IV.), TZIŽ je bila ključna karika koje je objedinjavala interes javnog i privatnog sektora pojedinih destinacija naše regije, posebice prema domaćim i stranim organizatorima putovanja. Sukladno navednom Turistička zajednica Istarske županije je i u 2015. godini, kao i u proteklim godinama, koordinirala procesom objedinjavanja javnog i privatnog sektora u kandidiranju promotivnih kampanja s HTZ-om.

Turistička zajednica Općine Brtonigla sudjelovala je u sufinanciranju oglašavanja prema navedenim modelima u iznosu od 71.760 kn kako je to definirano Strateškim marketing planom čiji je potpisnik.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Udruženo oglašavanje (TZIŽ) | | | |
| Model I. | 27.959 kn | 27.960 kn | 27.960 kn |
| Model II. | 21.901 kn | 21.900 kn | 21.900 kn |
| Model IV. | 21.901 kn | 21.900 kn | 21.900 kn |
| Ukupni iznos | 71.761 kn | 71.760 kn | 71.760 kn |

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, u suradnji s Kanalom RI realizirane su repotraže za gourmet evente Sz Istre. Po potrebi se sudjelovalo u promociji manifestacija u mjesečnom magazinu Panorama te dnevnom listu Glas Istre. Za potrebe oglašavanja manifestacija u CampIN Park Umagu putem tvrtke koja vrši usluge oglašavanja unutar kampa, zakupili smo pokretnu reklamu.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|
| Oglašavanje | 68.560 kn | 44.800 kn | 41.990 kn |
| Ukupni iznos | 68.560 kn | 44.800 kn | 41.990 kn |

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 2015. 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 tokom turističke. Obizor ma su iznosi u 2015. godini bili veći nego u prethodnoj, dogovoreno je da na punktevima budu zastupljeni svi vinari Brtonigle.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|
| Projekt vina SZ Istre | 5.000 kn | 13.750 kn | 13.750 kn |
| Ukupni iznos | 5.000 kn | 13.750 kn | 13.750 kn |

4. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

U 2015. godini realizirana je dopuna baze fotografija reportažnim snimanjem s važnijih manifestacija kako bi se realizirane fotografije mogle upotrijebiti za potrebe web-a i tiskanih materijala., također prionulo se snimanju destinacijskog video portala. U suradnji s klasterom potkraj godine snimljene su fotografije s motivima Brtonigle koje će se koristiti za potrebe web-a i tiskanih materijala.

| Aktivnosti | Planirano | Rebalans | Ostvareno |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Baza fotografija i filmova | 3.569 kn | 2.966 kn | 2.966 kn |
| Ukupni iznos | 3.569 kn | 2.966 kn | 2.966 kn |

5. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI BRTONIGLA

U skladu s usvojenim Financijskim planom, potom Rebalansom Financijskog plana za 2015. godinu, u 2015. godini izvršen je transfer po osnovi uplaćene boravišne pristojbe u ukupnom iznosu od 485.163,00 kuna, od čega 48.306,00 kuna za pokrivanje duga iz prethodne 2014. godine, i 436.857.00 kuna za 2015. godinu.

6. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

Pregled realizacije po točkama Financijskog plana za 2015. sastavni je dio ovog Izvješća.

