

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Prosinac, 2015



TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Sadržaj:

1. UVOD.....	4
2. VIZIJA I CILJEVI PROGRAMA RADA U 2016. GODINI	7
3. ADMINISTRATIVNI MARKETING.....	11
4. DIZAJN VRIJEDNOSTI	13
4.1 Potpore manifestacijama.....	13
4.2 Razvoj proizvoda	15
4.2.1. <i>Bike proizvod</i>	16
4.2.2. <i>Gourmet proizvod</i>	17
4.2.3. <i>Pješačke staze</i>	17
4.3 Poticanje i sudjelovanje u uređenju općine.....	18
5. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	19
5.1. Online komunikacija.....	19
5.2. Offline komunikacija	21
5.2.1. <i>PR aktivnosti – odnosi s javnošću</i>	21
5.2.2. <i>Brošure i ostali tiskani materijal</i>	22
5.2.3. <i>Poslovni partneri – pokloni</i>	22
5.2.4. <i>Turistička signalizacija</i>	23
5.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama	23
5.4. Oglašavanje (samostalno).....	24
5.5. Promocija turističke destinacije	25
6. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI.....	25
7. INTERNI MARKETING	26
7.1. Edukacija	26
8. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	27
9. POSEBNI PROGRAMI	28
9.1. Projekt Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva.....	28

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

10. OSTALO.....	29
10. TRANSFER OPĆINI SREDSTAVA PO OSNOVI BORAVIŠNE PRISTOJBE	29
11. ZAKLJUČNE ODREDBE	30
12. FINACIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE BRTONIGLA ZA 2016. GODINU.....	31

1. UVOD

Program rada Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2016. godinu temelji se na zakonskim aktima, Strateškom marketing planu turizma Hrvatske (SMPTH) za razdoblje 2014.-2020. godine, Programu rada Hrvatske turističke zajednice za 2016. godinu, te Marketing planu Turističke zajednice Istarske županije za 2016. godinu.

Osim toga, kao temeljni dokumenti i smjernice za izradu Programa rada poslužile su dosadašnje aktivnosti i realizirani projekti u proteklim godinama, zatim Marketing plan klastera za 2016.godinu.

Strateški marketing plan turizma Hrvatske provoditi će Glavni ured Hrvatske turističke zajednice u suradnji s turističkom industrijom u skladu s načelima korisnosti za sve dionike. SMPTH zajedno s Strategijom razvoja hrvatskog turizma predstavlja kvalitetan okvir i temelj za sve nadolazeće operativne planove, a sam SMPTH uključuje detaljne radne smjernice za četiri temeljna strateška plana:

- BRP odnosno plan jačanja nacionalnog brenda,
- PPS odnosno plan poticanja turističkog prometa u razdoblju pred i posezone,
- PCE odnosno plan povećanja prosječne potrošnje turista te
- IS odnosno plan podrške turističkoj industriji.

Ova četiri plana podržana su i putem razrade 35 operativnih taktika koje će HTZ, sukladno predviđenoj dinamici sukcesivno ugrađivati u godišnje Programe rada čime će navedene taktike postati i provedbeni planovi. Sama svrha SMPTH-a je omogućiti u Hrvatskoj i njejoj turističkoj industriji da kroz turizam ostvare veći prihod i razvojno napreduju. SMPTH, između ostalog, u okviru navedenih strategija i aktivnosti definira kako turističkoj industriji i regijama dati podršku u realizaciji kvalitetnijih marketinških aktivnosti i učinkovitijeg upravljanja destinacijom.

Realizacijom projekta Hrvatska 365, gdje se među 29 odabranih destinacija nalazi i Klaster Sjeverozapadne Istre kojem se se u 2015 godini pridružili Grožnjan, Opatalj i Buzet, krenulo se s implementacijom SMPTH-a.

Važna je i uloga Turističke zajednice Istarske županije koja će u narednoj, 2016. godini pored naših najznačajnijih emitivnih tržišta nastaviti dodatno afirmirati destinaciju Istre na tzv.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

sekundarnim tržištima i to Rusije, Velike Britanije i Skandinavije, koja su značajna za produženje sezone te Nizozemskom i Poljskom posebice važnim za kamping turizam i privatni smještaj.

Fokus će se usmjeriti na nove motive dolaska te na medijsku uvažnost Istre koja je u proteklim godinama dobila velika međunarodna priznanja, zatim na gostoljubljivost naših turističkih djelatnika i na činjenicu da je Istra najbliže i najtoplije more centralnoj Europi.

Istra je uvijek bila među prvim regijama u RH i širem okruženju koja je svoj razvojni model prilagođavala najsuvremenijim i inovativnim modelima upravljanja turističkom destinacijom, te vjerujemo da će aktivnosti definirane Marketing planom za 2016. godinu biti pokretač pozitivnih promjena putem kojih će Istra nastaviti dosada uspješan proces repozicioniranja, ali i pokazati potencijal jedne nove vizure Istre, kao poželjne lifestyle destinacije.

Sve projektne aktivnosti navedene u Marketing planu TZIŽ za 2016. godinu imaju za cilj omogućiti:

- Kontinuitet u povezivanju Istre s eminentnim/premium svjetskim brandovima (cross marketing; cobranding)
- Jačanje branda Istre putem viralnog marketinga, novih tehnologija i socijalnim mrežama
- Afirmaciju branda Istre na postojećim ali i novim tržištima
- Kontinuitet u procesu repozicioniranja i restrukturiranja Istre
- Jačanje konkurentnosti i atraktivnosti proizvoda Istre razvoj novih turističkog proizvoda Istre i njihovo pozicioniranje na tržištu
- Kvalitetan okvir za kvalitetnu suradnju privatnog i javnog sektora

U 2016. godini Turističke zajednice klastera nastavljaju suradnju prema modelu zajedničkog djelovanja glavnih dionika klastera u cilju jačanja njegove pozicije na turističkom tržištu.

Definiranjem zajedničkog operativnog marketing plana klastera, koji predstavlja jedan od ključnih alata za ostvarenje osnovnog cilja klastera - što većeg turističkog rasta - izrađen je Marketing plan klastera za 2016 godinu. Takav Marketing plan daje konkretne smjernice, aktivnosti i projekte za ostvarenje postavljenih ciljeva prema usvojenom modelu sustavnog destinacijskog marketinga.

Uloga Općine Brtonigla kao jedinice lokalne samouprave i nositelja ukupnog turističkog razvoja Brtonigle kao visoko kvalitetne turističke destinacije, dobiva još više na značaju.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Ovdje nije riječ samo o komunalnom i hortikulturnom uređenju destinacije, već o promišljanu turizma uopće pri čemu suradnja javnog i privatnog sektora postaje neophodna.

S obzirom na zakonske odredbe koordiniranja i nadzora djelovanja cjelokupnog sustava turističkih zajednica te u cilju izrade i konsolidiranja potrebnih dokumenta cjelokupnog sustava, dostavljene su upute i smjernice za izradu godišnjeg programa rada i financijskog plana pri čemu je posebno posebno voditi računa o:

- potrebama turističke destinacije i interesima članova turističke zajednice,
- usklađenosti promocije sa strateškim i razvojnim planovima turizma pojedine turističke destinacije,
- usklađenosti promotivnih aktivnosti turističkih zajednica svih razina, a kroz pravodobno izražavanje interesa od strane nižih razina prema višim razinama ustroja (posebno nastupa na inozemnim sajmovima i dr. nastupa u inozemstvu),
- utvrđenosti promotivnih aktivnosti programom rada koji mora biti usklađen s interesima više razine sustava i dr.
- zastupljenosti svih zadaća turističke zajednice,
- usklađenosti zadaća utvrđene godišnjim programom rada s interesima više razine sustava,
- donošenju zajedničkog programa općine ili grada i turističke zajednice kojim se utvrđuje način korištenja sredstava boravišne pristojbe koja turistička zajednica doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana, a u svrhu poboljšanja uvjeta boravka turista, te da li se takav program izvršava.

Vezano uz ovo posljednje, donošenje zajedničkog programa između grada odnosno općine i turističke zajednice, u dopisu se nalaže Turističkim zajednicama županija da koordiniraju i kontroliraju donošenje, prikupe naprijed navedene programe te da o svemu obavijeste Glavni ured Hrvatske turističke zajednice jesu li turističke zajednice s područja županije donijele zajedničke programe korištenja sredstava boravišne pristojbe te da li se navedena sredstva koriste za poboljšanja uvjeta boravka turista.

Turistički promet

Na osnovu ostvarenog fizičkog obima noćenja u razdoblju od 01.01.-31.10.2015., u kojem je ostvaren rekordan broj noćenja i dolazaka (65.675 dolazaka te 531.295 noćenja). U slijedećoj 2016.godini planira se povećanje noćenja za 1% u odnosu na ukupan broj noćenja ostvaren u 2015. godini.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

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

Zemlja	Dolazaka 2014	Dolazaka 2015*	Indeks	Noćenja 2014	Noćenja 2015*	Indeks
Ukupno domaći	653	812	124	5.635	4.080	72
Ukupno strani	54.915	64.863	118	480.459	527.215	109
Sveukupno	55.568	65.675	118	486.094	531.295	109

*u 2015 godini prikazano je ostvarenje od 01.01.-31.10.2015.

Ukoliko promatramo prvih deset mjeseci u 2015 godinu u Brtonigli je realizirano 9% više noćenja u odnosu na isto razdoblje 2014. godine.

Ovaj je rast u noćenjima posljedica plusa u realizaciji noćenja u predsezoni (III-V) od čak 114% u dolascima te 89% u noćenjima te u dijelu posezone (IX-X) +26% u dolascima te +8% u noćenjima, u odnosu na isto razdoblje 2014 godine, što ne isključuje glavnu sezonu koja osim u lipnju bilježi poraste u noćenjima i dolascima, odobito mjesec srpanj. Razlozi ovom značajnom rastu leže u činjenici izuzetno povoljnih vremenskih prilika, dobro posloženim blagdanima, poduzetim aktivnostima u razvoju proizvoda na nivou klastera te geo-političkim prilikama na konkurentnim receptivnim tržištima.

Što se tiče ostvarenih rezultata na našim glavnim emitivnim tržištima možemo biti zadovoljni s porastom realiziranih noćenja, najveći porast bilježimo na austrijskom tržištu (27%), zatim na talijanskom (21%) i njemačkom (6%). Ista je situacija i s na našim tzv. sekundarnim tržištima gdje gosti iz Poljske, pretežito kamping i gosti u privatnom smještaju, bilježe porast od 62%, zatim nizozemskom koji u odnosu na susjedne destinacije koje bilježe pad s tog tržišta, na području Brtonigle bilježe gotovo identičan broj noćenja kao i u 2014. godini.

2. VIZIJA I CILJEVI PROGRAMA RADA U 2016. GODINI

Kako ranije navedeno, 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 klastera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje te samostalno, na lokalnoj razini.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Na nivou klastera Sjeverozapadne Istre, čije su marketinške aktivnosti kompatibilne sa marketinškim aktivnostima regije, osnovna je svrha pozicioniranje klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje kao homogenog klastera sa svojim specifičnostima i kao takvog komercijalizirati ga na tržištu. Klaster 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 2016.

1. Realizacija sezone, tržišta, marketinška komunikacija

- Povećanje fizičkog obujma prometa od 1% u odnosu na procjenu ostvarenja za 2015. g.
- Povećanje dolazaka/noćenja u pred i posezoni.
- Fokus na tržišta koja mogu dodatno popuniti kapacitete u pred i posezoni (DE, AT, GB, Skandinavija; vratiti Ruse i NL).
- 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, posebice viralni
- 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.

Očekivani rezultat:

- **Kontinuitet u repozicioniranju i restrukturiranju destinacije**

- **Jačanje reputacije branda Istra**

- 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.

Očekivani rezultat:

- **Fleksibilnost provedbe marketinških politika**
- **Mogućnost prilagodbe kretanjima na tržištu**

Promatrajući primjer klastera 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 2016. godinu dosadašnje zajedničke aktivnosti na klsterskoj razini dodatno će ojačati i proširiti se u cilju stjecanja "...reputacije kao top klastera u Hrvatskoj zbog svoje raznovrsnosti i visoke razine kvalitete smještaja, rekreativnih objekata, tipične hrane i vina, jake tradicije i autentičnog gostoprimstva.

Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje nastavit 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 klasteru Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje nastavit 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 klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje** vrlo su slični onima na županijskoj razini:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za 1% u odnosu na 2015. godinu

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje u 2016. godini
- 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 klasteru.
- Povećati potrošnju turista.
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista.

Pozicioniranje klastera 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 i bike segmentu te prirodnim atraktivnostima.

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.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Vizija turističke destinacije Općina Brtonigla podrazumijeva:

- Ekološki očuvan i uređen prostor (destinacija očuvanog 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

U rad Turističkog ureda svrstani su svi poslovi ureda turističke zajednice i turističko-informativnog centra, te ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada TZ-a.

Direktorica i djelatnici TIC-a svakodnevno provode zadatke utvrđene programom rada Zajednice, obavljaju stručne i administrativne poslove, pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, te vode evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice, izrađuju analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice, daju tijelima Zajednice i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice te obavljati druge poslove koje su im odredila tijela Zajednice. Osim navedenih zadataka direktorica i djelatnici TIC u 2016. godini baviti će se i organizacijom manifestacija predviđenih godišnjim kalendarom događanja za 2016. godinu.

Turistički informativni centar i dalje će nastaviti sa svojim zadaćama, odnosno informiranjem gostiju, posjetitelja i nositelja turističke ponude o svim aktivnostima i sadržajima u destinaciji, neophodnih za veću informiranost gostiju, posjetitelja i nositelja turističke ponude Općine Brtonigla kako bi oni iste mogli dobiti na jednom mjestu, zatim prijavi i odjavi turista te naplati boravišne pristojbe za vlasnike kuća i stanova za odmor, prikupljanju podataka o prijavi i odjavi boravka turista, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, distribucijom promidžbenih materijala i svim ostalim aktivnostima vezanih uz rad TIC-a.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Za potrebe informiranja gostiju koji borave u kampu Park Umag i u 2016. godini u ljetnim mjesecima djelovati će Info punkt TZ-a.

Ured Turističke zajednice će i u 2016-toj godini koordinirati, organizirati i pripremati dokumentaciju za potrebe tijela zajednice – održat će se dvije sjednice Skupštine, dvije sjednice Nadzornog odbora, zatim sjednice Turističkog vijeća te niz koordinacija s članovima odbora klastera, direktorima LTZ-a, direktorima TZ-a klastera, te predstavnicima dionika turističke ponude u destinaciji Brtonigla (privatni iznajmljivači, ugostitelji, mali hoteli, hotelske kuće i dr.) Rad tijela zajednice i Ureda TZO Brtonigla odvijat će se sukladno odredbama i rokovima Zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), te odredbama Statuta TZO Brtonigla.

Planirani iznos za administrativne rashode obuhvaća rashode za radnike Ureda, oba turističko-informativna centra, materijalne rashode ureda, rashode za rad tijela, najam poslovnog prostora te članstvo u udruzi Gradovi vina (Citta` del vino) te su raspoređeni kako je dolje navedeno

Nositelj: Turistički ured TZO Brtonigla.

Rok realizacije: kontinuirano odnosno siječanj – prosinac 2016.

Planirana sredstva:

Rashodi za radnike	316.000,00 kn
Rashodi ureda	92.500,00 kn
Rashodi za rad tijela	15.500,00 kn
Najam poslovnog prostora	37.500,00 kn
Gradovi vina	3.000,00 kn
Ukupni iznos:	464.500,00 kn

4. DIZAJN VRIJEDNOSTI

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.

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

Osim klasterskih proizvoda i manifestacija TZO Brtonigla u 2016. godini kontinuirano će raditi na unapređenju proizvoda podizanjem kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprimstva u turističkoj destinaciji realizacijom različitih aktivnosti, kao i aktivnostima u suradnji s subjektima s područja Općine Brtonigla.

TZO Brtonigla poticati će aktivnosti i sudjelovati u programima zaštite prirodne baštine i neposrednog životnog okruženja te uređenju destinacije. Sve aktivnosti imaju za cilj pozicioniranje Brtonigle kao destinacije visoke kvalitete smještaja i sadržaja, ali i visoke ekološke svijesti koja kvalitativno prati i razvoj komunalne infrastrukture i hortikulturnog uređenja cijele destinacije.

4.1 Potpore manifestacijama

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

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

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

- 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 klastera 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 klaster eventi.

3. Novi eventi koji bi značajno doprinijeli pozicioniranju klastera 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 klastera.

Među postojećim eventima odnosno manifestacijama u organizaciji TZO Brtonigle, za promociju kroz cjelokupnu klastersku mrežu u 2016. godini odabrani su sljedeći eventi:

- Choco & Wine Fest (20.- 21.02.2016.)
- Brtonigla Adventure Trek 2015 (20.02.2016.)
- 32. Festival Istarske Malvazije (lipanj 2016.)
- Sv.Rok (14.-16.08.2016.)
- Dani Gljiva (29.-30.10.2016.)

Osim evenata na nivou klastera 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.

Prijedlog programa manifestacija za 2016. godinu najvećim se dijelom temelji na konceptu programa realiziranom tijekom 2015. godine, odnosno manjeg broja sadržajnije i kompleksnije osmišljenih i realiziranih manifestacija, ali i klusterskih evenata koji uključuju zajednički razvoj i komercijalizaciju s krajnjim ciljem stvaranja motiva dolaska gostiju.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Kako bi se dodatno promoviralo manifestacije koje se tokom ljetnih mjeseci održavaju u samom centru Brtonigle, u suradnji s Istraturistom svaki će se od planiranih evenata dodatno promovirati u kampu Park Umag u vidu manjeg prezentacijskog eventa kojim će se pobuditi interes gostiju u kampu te ih na taj način dodatno motivirati za dolazak u Brtoniglu.

Tako se za 2016. godinu planira organizacija Chocco&Wine Festa, Festivala istarske malvazije, U bojama tradicije: žetvena svečanost, a naglasak će se dati na razvoj identiteta Fešte Sv. Roka, koju je potrebno dodatno osnažiti i učiniti atraktivnijom.

Osim navedenih manifestacija TZ će u zajedništvu s Općinom Brtonigla sufinancirati manifestacije u organizaciji raznih društava te Mjesnih odbora Brtonigle.

Nositelj: Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje za klasterske manifestacije.

TZO Brtonigla u suradnji s Općinom Brtonigla i Razvojnoum agencijoum Brtonigla.

Rok: kontinuirano, odnosno siječanj – prosinac 2016.

Planirana sredstva:

Zabavne	384.000,00 kn
Sportske	75.000,00 kn
Gourmet	192.000,00 kn
Ekološke	6.500,00 kn
Ostale	10.000,00 kn
Ukupni iznos:	667.500,00 kn

4.2 Razvoj proizvoda

U cilju pozicioniranja i ostvarivanja vizije klastera, definirani su osnovni proizvodi na kojima klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje treba graditi svoj lanac vrijednosti i kreirati marketinške aktivnosti. Tijekom 2016. 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 klastera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje za 2016. godinu TZO Brtonigla sudjeluje u razvoju bike i

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

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

Nastavlja se s razvojem projekta i vizijom da klaster Sjeverozapadne Istre postane atraktivan i kvalitetno organiziran biciklistički klaster 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, rujana - listopad).

Cjelokupna ponuda prezentirana je na klasterskom web portalu isključivo posvećenom cikloturizmu područja Sjeverozapadne Istre.

U nadolazećoj 2016. godini planira se nastavak suradnje s gđinom. Valadimirom Miholjevićem s ciljem daljnjeg ustavnog razvoja bike proizvoda u klasteru SZ Istre, zatim tisak bike karata namjenjenih za bicikliste (13 staza dužine 50-180km), unaprijeđenje projekta smještaja za bicikliste (BikeHotels, Bike Boutique Hotels, Bike and Bed) te implementacija nove usluge za bicikliste napodručju klastera (Bikefriendly points). Osim navedenih aktivnosti planiraju se aktivnosti održavanja i obilježavanja bike staza, zamjena foliji i održavanje bike info tabli, a planu su i 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).

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj bike-a u 2016 godini iznosi 385.569 kn. Udio TZO Brtonigla u razvoju bike-a iznosi 15.500,00 kn.

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

Rok: kontinuirano

Planirana sredstva:

Bike proizvod	15.500,00 kn
---------------	--------------

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Bike signalizacija	9.000,00 kn
Održavanje staza	5.000,00 kn
Ukupni iznos:	29.500,00 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 klusterskih tematskih gourmet manifestacija; Dani šparuga, Dani švoja, Dani jadranskih lignji, Dani školjaka, te organizacija iznimno uspješnog Istria Wine&Walk eventa, organizacija posjeta predstavnika medija specijaliziranih za gourmet teme, kojima se nudi mogućnost sudjelovanja u gourmet manifestacijama, zatim posjet vinskim podrumima, cestama maslinova ulja, renomiranim restoranima, kulturnim itinererima te boravak u hotelskom smještaju.

Putem Istra DMC-a, glavnog nositelja aktivnosti razvoja gourmet proizvoda, u 2016. godini intenzivnije će se i značajnije kreirati kombinirani gourmet paket aranžmani (Bike&Gourmet, Wellness&Gourmet) te komercijalizirati uz aktivnosti usmjerene ka prodaji istih specijaliziranim agencijama i touroperatorima.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj gourmet-a u 2016 godini iznosi 301.069kn Udio TZO Brtonigla u razvoju gourmet-a iznosi 22.600,00 kn.

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

Rok: kontinuirano.

Planirana sredstva za razvoj gourmet proizvoda:

Ukupni iznos:	22.600,00 kn
----------------------	---------------------

4.2.3. *Pješačke staze*

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Zbog sve većeg broja gostiju koji uz postojeće bike staze traže mogućnosti korištenja obilježenih pješačkih staza u suradnji s projektnim timom Istra Outdoor-a koji djeluje u novoosnovanoj tvrtki Istra bike DMC na nivou TZIŽ, TZ-e klastera će pokušati dogovoriti izradu karte obilježenih pješačkih staza kako bi gostima pružili dodatni motiv dolaska u klaster. Sve će staze bit realizirane po uzoru na bike staze – tematski putevi koji će omogućiti korisnicima kvalitetniji uvid u dodane vrijednosti klastera Sjeverozapadne Istre. Ukupan iznos koji će TZ klastera izdvojiti za ovaj projekt iznosi 15.000 kn, a udio TZO Brtonigla iznosi 3.000 kn. Također, na inicijativu nekolicine građana Općine Brtonigla u 2016. godini planira se ponovno aktiviranje postojeće Udruge prijatelja prirode 'Zenon' ili drugog oblika suradnje građana na održavanju i obilježavanju postojećih pješačkih staza na području općine i sudjelovanje u važnijim manifestacijama s organizacijom pješačkih pohoda.

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

Rok: Kontinuitano.

Ukupni planirani iznos: 7.000,00 kn

4.3 Poticanje i sudjelovanje u uređenju općine

TZO Brtonigla će poticati aktivnosti i sudjelovati u programima zaštite prirodne baštine i neposrednog životnog okruženja kao komparativne prednosti hrvatskog turizma, te će inicirati i poticati aktivnosti za njegovo očuvanje. Kako bi se realizirali postavljeni ciljevi projekta, a Brtonigla učinila privlačnijom i ugodnijom za boravak, potrebno je u sve aktivnosti projekta maksimalno uključiti cijeli sustav i lokalno stanovništvo, te lokalnu upravu i samoupravu. U stavku poticanja i sudjelovanja u uređenju općine, svrstani su troškovi hortikulturnog uređenja prilaza općini, sudjelovanje u uređenju parka u turističkom naselju Karigador, te sudjelovanje u aktivnostima očuvanja prirodne i kulturne baštine (osim komunalne infrastrukture).

Nositelj: TZO Brtonigla, Općina Brtonigla

Rok: veljača-lipanj 2016

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Ukupni planirani iznos:

30.000,00 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, klsterskom, tako i na lokalnom nivou, oglašavanje, samostalno i udruženo te realizaciju nove i dopunu postojeće turističke, smeđe signalizacije. Obzirom na turističke trendove gdje se sve veći značaj daje na online promocijske kanale, u 2016. godini nastavljamo s trendom intenzivnijeg ulaganja u online marketing.

5.1. Online komunikacija

HTZ u Programu rada za 2016 godinu planira aktivnosti prikaza više fokusirati na specifični sadržaj i određeni vremenski period u godini, sa smanjenjem broja općih poruka i/ili sveukupnih branding kampanja. Kroz implemetaciju projekta 'Hrvatska 365' i na društvenim mrežama kontinuirano će se povećati prisutnost, kroz poruke idealne za pred i po sezonu na način da će se smanjiti broj tržišta i povećati snaga poruka koje se isporučuju (manji broj tržišta = veći proračun po tržištu).

Što se pak tiče TZIŽ, po usvajanju strateških dokumenata razvoja elektroničkog marketinga 'Strategija e-marketinga' i 'Izvedbeni plan Kontakt i prodajnog centra: e-Istra', aktivnosti na području e-marketinga tj. online komunikacija postaju prioritetni segment rada.

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

Iduća 2016. godina biti će šesta godina realizacije projekta destinacijskog web portala . Projekt destinacijskog web portala <http://www.coloursofistria.com> predstavlja jedan od kanala

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

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.

Ciljevi e-marketinga klastera za 2016. godinu su usmjereni na:

- Analizu i dodatno unapređenje kvalitete sadržaja stranice s ciljem nastavka povećanja organskog prometa, zadržavanja SERP-a i nastavka rasta ključnih SEO indikatora
- Kolektiranje, produkciju i distribuciju modernih materijala (fotografija, videa, infografike i e-book) za destinaciju i destinacijske proizvode s ciljem rasta novog broja posjetitelja stranice i zadržavanje te aktivacija postojećih posjetitelja
- Povećanje interakcije s korisnicima i rast dosega na ciljanim tržištima kroz nastavak dosadašnjih te kroz nove aktivnosti na društvenim mrežama uz dodatni cilj - praćenje trendova i zahvaćanja potencijalne nove ciljne skupine (mladi, strani, mobilni, internetski aktivni, online-društveno anagažirani)
- Veći angažman u promoviranju i upotrebi mobilne aplikacije klastera kroz dodatnu prezentaciju destinacijskih proizvoda s ciljem veće uočljivosti i bolje realizacije u smislu posjećenosti
- Povećanje broja blog članaka, blogera i prikupljanje materijala korisnika s ciljem povećanja dijeljenja doživljaja s destinacije u svrhu dolaska, povratka i rezervacije smještaja

Trošak klaster weba iznosi 978.500 kuna. Turistička zajednica Općine Brtonigla sufinancirati će dalji razvoj klaster weba u iznosu od 83.951 kn, a dodatnih 5.619,00 kn iznosi udio TZO Brtonigla u sufinanciranju e-marketinga u okviru SMP TZIŽ za 2016. godinu.

Nositelj: ISTRRA DMC u ime klastera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje, TZIŽ

Rok: kontinuirano.

Internet stranice i društvene mreže	60.651,00 kn
SEO strategija	23.300,00 kn
TZIŽ	5.619,00 kn
Ukupni iznos:	89.570,00 kn

5.2. Offline komunikacija

Sredstva planirana u ovom segmentu rada TZ-a obuhvaćaju PR aktivnosti, pripremu i tiskanje brošura i ostalih materijala, kako na klsterskom, tako i na lokalnom nivou, signalizaciju te oglašavanje.

5.2.1. PR aktivnosti – odnosi s javnošću

S obzirom na činjenicu da trošak oglašavanja predstavlja vrlo značajan stavku u ukupnim troškovima, a da raspoloživa sredstva ni u kom slučaju ne zadovoljavaju potrebe vezane uz oglašavačku kampanju, turističke zajednice klastera nastojat će taj manjak sredstava kompenzirati putem PR aktivnosti i to na nivou klastera sukladno Marketing planu za 2016. godinu i na nivou TZIŽ. Naime, dovođenjem domaćih i stranih novinara u destinaciju i poticanjem njihova pisanja o destinacijama u klasteru, pri čemu HTZ podmiruje troškove dolaska, prijevoza i smještaja, dok županijska i jednim dijelom turističke zajednice klastera podmiruju troškove vođenja, dodatnih obroka i ostalih troškova, koristit će se usluge tzv. besplatnog marketinga, u smislu ne plaćanja specijaliziranih reportaža o destinaciji.

Sukladno tome, projektni timovi razvoja proizvoda klastera će u okviru svojih budžeta planirati sredstva za PR agente za talijansko i njemačko govorno područje koji će biti zaduženi za komunikaciju razvoja pojedinačnih proizvoda i pripadajućih im eventa na emitivnim tržištima Italije, Austrije i Njemačke. Trošak tih PR aktivnosti na nivou klastera iznosi 150.000 kn, a procijenjena vrijednost tih aktivnosti iznosit će 1.700.000 kn.

Nadalje, dovođenjem domaćih i stranih novinara kroz sustav HTZ-a i poticanje njihova pisanja o destinacijama u klasteru, pri čemu HTZ podmiruje troškove dolaska, prijevoza i smještaja, dok županijska i jednim dijelom Turistička zajednica Općine Brtonigla podmiruju troškove vođenja, dodatnih obroka i ostalih troškova, koristit će se usluge tzv. besplatnog marketinga. Ukupni iznos sredstava koje će TZO Brtonigla izdvojiti za dovođenje novinara iznosi 8.000 kn, dok će putem SMP biti izdvojeno 3.746,00 kn.

Rezultati PR aktivnosti bit će sakupljeni u press clipping kojeg svake godine realiziramo u suradnji s PR agentima i TZIŽ-om, kao i rezultate mjerenja efikasnosti i medijske vrijednosti u 2016. godini.

Nositelj: HTZ, TZIŽ, TZ klastera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje

Rok: kontinuirano.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

TZIŽ	3.746,00 kn
TZO Brtonigla	8.000,00 kn
Ukupni planirani iznos:	11.746,00 kn

5.2.2. Brošure i ostali tiskani materijal

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

Na lokalnoj razini TZO Brtonigla samostalno planira izradu i tisak image kataloga koji će obuhvatiti cjelokupnu turističku ponudu destinacije.

Što se tiče tiskanja brošura u suradnji s TZIŽ pristupilo bi se tiskanju brošura po proizvodima.

Enjoylstra zamišljen je kao informator koji bi u ljetnim i u vansezonskim mjesecima pružio detaljnu informaciju o događanjima i programu manifestacija u pojedinim destinacijama. Stoga je nužno pravovremeno prikupiti sve potrebne informacije i proslijediti ih TZIŽ kako bi svako događanje na području destinacije Brtonigla bilo upisano u kalenadar događanja Enjoylstre i na taj način privuklo potencijalnog gosta. Osim Enjoylstra tiskati će se i enogastronomski vodič Istria Gourmet.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za tisak klasterskih brošura u 2016 godini iznosi 405.323 kn. Udio TZO Brtonigle u izradi brošura na nivou klastera iznosi 58.000,00 kn. TZO Brtonigla će za potrebe ureda (papirne galanterija) i tisak image kataloga Brtonigle, kao i mapa i vrećica destinacije dodatno utrošiti 38.500,00 kn, dok će istovremeno sufinancirati tisak brošura sukladno SMP-u u iznosu od 1.873,00 kn.

Nositelj: Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje, TZO Brtonigla, TZIŽ.

Rok: proljeće 2015.

Ukupni planirani iznos: **98.373,00 kn**

5.2.3. Poslovni partneri – pokloni

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Za potrebe promocije destinacije, TZO Brtonigle pri ugošćavanju i posjeti novinara ili poslovnih partnera planira otkup određenih suvenira i poklon paketa poslovnim partnerima s aplikacijom vizualnog rješenja destinacije.

Nositelj: TZO Brtonigla.

Rok: prema potrebi.

Ukupni iznos: **10.000,00 kn**

5.2.4. Turistička signalizacija

Aktivnosti signalizacije obuhvaćaju troškove održavanja smeđe signalizacije, billboarda odnosno tabla dobrodošlica.

Za 2016. godinu biti će predviđena sredstva za postavljanje i održavanje smeđe signalizacije, te ostalih troškovi održavanja i tiskanja plakata za info table.

Nositelj: TZO Brtonigla

Rok: Kontinuirano

Ukupni planirani iznos: **20.000,00 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 2016. 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.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

U modelima oglašavanja u 2016. godini (model I., II. i IV.), turističke zajednica županije 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 2016. 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) 23.261,00 kn

MODEL II. - Oglašavanje ponude destinacije (imidž oglašavanje) 14.517,00 kn

MODEL IV. - Oglašavanje posebnih programa destinacija (zračni prijevoz, zimski programi, posebna ponuda destinacije) 23.567,00 kn

Ukupni planirani iznos: **61.345,00 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 regionalnih televizija, 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 pokrivene 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: **84.418,00 kn**

5.5. Promocija turističke destinacije

U 2016. 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 klasterom Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje.

Rok: lipanj – listopad 2016.

Ukupni planirani iznos: **13.700,00 kn**

6. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Unutar sustava Hrvatske turističke zajednice utvrđeni su nastupi na turističkim sajmovima na emitivnim tržištima na kojima se dijele između ostalih i promotivni materijali klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje.

U planu za 2016. godinu jesu kraće jednodnevne prezentacije, prvenstveno one namijenjene medijima (novinari, TV, radio) i partnerima (agencije, touroperator, turističke zajednice) na nama bližim i zanimljivim tržištima (Italija, Austrija, Slovenija i Njemačka). Konkretno planiraju se aktivnosti za promociju razvoja proizvoda kao što su gourmet i bike, tako da će se u cilju ostvarivanja dodatne promocije u segmentu gourmeta za kvalitetne ugostiteljske objekte na području Brtonigle na talijanskom tržištu realizirati dodatne prezentacije pored već dogovorenih prezentacija glavnih gourmet eventa na nivou klastera.

Turistička zajednica Općine Brtonigla će u suradnji s TZIŽ i Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice sudjelovati u organizaciji i realizaciji studijskih putovanja predstavnika inozemnih touroperatora i agencija koji prodaju kapacitete i doživljaje u Istri/Brtonigli.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Edukacijska putovanja agenata u suradnji sa stranim turoperatorima omogućavaju bolji, kvalitetniji i detaljniji uvid u turističku ponudu Istre/Brtonigle usmjerene na postizanje što većeg dosega prema putničkim agencijama koje svoje klijente mogu usmjeravati na naše odredište. Kontinuirana komunikacija s istima od velike je važnosti za izgradnju efikasne prodajne mreže u vidu organiziranih dolazaka gostiju.

Obzirom na pojačane aktivnosti HTZ-a u sklopu projekta *Hrvatska 365*, odnosno PPS projekta, za sljedeću godinu planiraju se i sredstva iznos za ugošćavanje novinara i agenata.

Nositelj: TZO Brtonigla u suradnji s privatnim sektorom

Rok: siječanj – svibanj / rujan – studeni.

Ukupni planirani iznos: **36.000,00 kn**

7. INTERNI MARKETING

7.1. Edukacija

Tijekom posljednjih nekoliko godina sustavno se provodi educiranje djelatnika sustava turističkih zajednica gradova, općina i mjesta, u organizaciji HTZ-a i TZIŽ-a. Program edukacije provoditi će se s ciljem uspješnog konkuriranja na domaćem i ino tržištu, edukacijom zaposlenih kroz seminare i benchmarking. Iznimno se važnim smatraju razumijevanje procesa i trendova svjetskog turizma, vještine efikasnog vođenja projekata za koje je svaki od djelatnika odgovoran, kao i povećanje svijesti o prednostima timskog rada.

U narednoj 2016. godini planiraju se odraditi kratke prezentacija za turističke djelatnike s područja Brtonigle radi informiranja istih o turističkoj ponudi općine, te sufinanciranje održavanja tečajeva stranih jezika za privatne iznajmljivače te proizvođače lokalnih autohtonih proizvoda.

Nositelj: HTZ, TZIŽ, TZO Brtonigla

Rok: siječanj – svibanj / rujan – studeni.

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

8. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Suvremeni trendovi promocije u općim razmjerima, posebice u turizmu, uz sve veći utjecaj društvenih mreža, sve intenzivnije koriste i raznovrsne video kanale elektorničkog marketinga radi interaktivne prezentacije i oglašavanja usluga i proizvoda pa tako i Turistička zajednica Istarske županije nastoji usmjeriti svake godine sve značajniji udio promocije na elektronički marketing, uz suport atraktivnih slikovnih i video sadržaja.

Tijekom 2016. godine planira se ciljano snimanje motiva destinacije te izgradnja foto i video arhiva Turističke zajednice Istre. Riječ je o kontinuiranom je procesu kojim se redovito nadograđuje sustav izradom novih fotografija, virtualnih šetnji i video vinjeta. Na ovaj se način nastoji udovoljiti brojnim upitima domaćih i inozemnih turističkih agencija, turoperatora, vlasnika smještaja i ostalih nositelja turističkih programa kako bi što atraktivnije promovirali Istru i njezine sadržaje putem vlastitih kanala promocije. Baza fotografija iznimno je važna i za podršku novinarima koji objavljuju svoje članke i reportaže, i to i onima koji su u Istri boravili pa im je potrebna nadopuna vlastitog materijala, tako i urednicima i novinarima koji žele približiti našu destinaciju svojim čitateljima na vlastiti zahtjev u potrazi za novim idejama, ali često i jer se Istra posljednjih godina proglašava trendovskom destinacijom pa poneki već pišu i redovite objave o Istri.

Spotovi u trajanju do 30 sekundi producirat će se za pojedinačno korištenje uz potrebnu tonsku obradu i plasirat će se putem internetskih servisa, ali i umnožavanjem na DVD medijima za široku distribuciju i u odgovarajućim formatima za web izdanja kao i radnim varijantama za potrebe produkcije medijskih kuća i slično.

Baza fotografija i video materijala je, osim Turističkoj zajednici Istarske županije, u cijelosti na raspolaganju i Hrvatskoj turističkoj zajednici, hotelskim kućama te sustavu lokalnih turističkih zajednica u Istri s ciljem promocije destinacije.

Turistička zajednica Općine Brtonigla je izvršila pregled postojećih fotografija i izabrala one koje svojom kvalitetom mogu zadovoljiti kriterije i standarde tražene prilikom izrade odnosno dizajna novih image brošura, te i stavila na korištenje svim zainteresiranim na portal www.coloursofistria.com.

Za potrebe izrade brošura koje su navedene u Programu rada i financijskom planu za 2016 godinu angažirat će se fotografiranje one ponude koja nije zastupljena u postojećem fondusu fotografija, također snimiti će se prezentacijski video materijal destinacije Brtonigla, koji će se osim za potrebe online promocije distribuirati i na DVD mediju.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Nositelj: Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje i TZO Brtonigla, TZIŽ
Rok: kontinuirano.

Ukupni planirani iznos: **13.342,00 kn**

9. POSEBNI PROGRAMI

9.1. 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 2016.

Ukupni iznos: **45.000,00 kn**

10. OSTALO

U ovu stavku svršteni su troškovi pomoći i donacije raznim udrugama te sufinanciranje nabave vozila koji će služiti za potrebe prijevoza prilikom sudjelovanja na specijaliziranim prezentacijama u Hrvatskoj i inozemstvu u svrhu prezentacija destinacije.

Nositelj: TZO Brtonigla

Rok: kontinuirano

Ukupni planirani iznos: **20.000,00 kn**

10. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE

Sukladno članku 20. Zakona o boravišnoj pristojbi (Narodne novine br. 152/08), transfer 30% sredstava iz prihoda po osnovi boravišne pristojbe za 2016. godinu planira se u ukupnom iznosu od 473.000,00 kn. Općina Brtonigla i Turistička zajednica Općine Brtonigla donijeti će Program korištenja 30% sredstava boravišne pristojbe u 2016. godini. Navedena sredstva predstavljaju prihod proračuna Općine Brtonigla i koristit će se za poboljšanje turističke ponude uređenjem turističke infrastrukture, odnosno uređenjem parka te nabave infrastrukture za dječju igru turističkom naselju Karigador, ulaganjem u infrastrukturu i održavanja plaža i zelenih površina, te za potrebe organizacije turističkih manifestacija.

Ukupni planirani iznos: **473.000,00 kn**

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 klastera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje za 2016. godinu, a sukladno smjericama 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.

Prijedlogom Programa rada TZO Brtonigla za 2016. godinu utvrđuju se polazne osnove i ciljevi marketinške politike brtoniškog turizma, te temeljem toga aktivnosti koje je potrebno poduzeti za njihovu realizaciju.

Prijedlog Programa rada temelji se na nastavku marketinških aktivnosti turističke promidžbe destinacije Brtonigla i otvara mogućnost utvrđivanja prepoznatljivog imidža Brtonigle kao jednog od temeljnih ciljeva u 2016. godini. Program se također temelji na nastavku zajedničkih aktivnosti klastera turističkih zajednica Umaga, Novigrada, Brtonigle i Buja i značajnijoj suradnji u području uređenja destinacije i zajedničkih aktivnosti u kreiranju novih sadržaja i proizvoda.

Prijedlog prihoda za 2016. godinu zasniva se na procjeni mogućih sredstava iz zakonom utvrđenih izvora prihoda za sustav turističkih zajednica (boravišna pristojba i turistička članarina), prihoda iz proračuna Općine Brtonigla za organizaciju raznih manifestacija, očekivanih sredstava od TZIŽ-a i HTZ-a za potporu raznim projektima i događanjima, te ostalih prihoda. Rashodi u 2016. godini su planirani maksimalno racionalno, a polazeći od obveze ispunjavanja zakonskih zadaća i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja raspoloživih sredstava.

Program rada s finacijskim planom daje se Turističkom vijeću na raspravu i nakon toga predložit će se na usvajanje Skupštini TZO Brtonigla.

Sve promjene u programu rada i finacijskom planu donosi Vijeće TZO Brtonigla

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

12. FINACIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE BRTONIGLA ZA 2016. GODINU

R.br.	PRIHODI	Plan 2015	Rebalans 2015.	Plan 2016	Index	Struktura
		P 15	R15	P16	R15/P16	P16%
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	1.380.000	1.450.000	1.470.000	101	67
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	85.000	110.000	95.000	86	4
3.	PRIHODI IZ OPĆINSKOG PRORAČUNA	40.000	36.000	330.000	917	15
3.1.	Sufinanciranje turističke signalizacije	10.000	10.000	0	0	0
	Sufinanciranje projekta restauracije strojeva	20.000	0	20.000	0	1
	Sufinanciranje projekta vinomata	10.000	10.000	10.000	100	0
	Sufinanciranje manifestacija	0	16.000	300.000	1.875	14
4.	PRIHODI OD DRUGIH IZVORA	35.000	45.000	15.000	33	1
4.1.	HTZ	10.000	20.000	10.000	50	0
4.2.	TZIŽ	25.000	25.000	5.000	20	0
5.	KREDITNO ZADUŽENJE PO POSEBNOM PROGRAMU	50.000	0	0	0	0
6.	PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETH.GODINE	0	21.700	273.891	1.308	13
7.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	500	7.000	500	7	0
	UKUPNO PRIHODI:	1.590.500	1.669.700	2.184.391	131	100

R.br.	RASHODI	Plan 2015	Rebalans 2015	Plan 2016	Index	Struktura
		P 15	R15	P16	R15/P16	P16%
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	443.609	390.940	464.500	119	21
1.1.	RASHODI ZA RADNIKE	299.000	269.000	316.000	117	14
1.1.1	Bruto OD	295.000	265.000	311.000	117	14
1.1.1.1	ured	186.000	163.000	199.000	122	9
1.1.1.2	TIC Brtonigla	95.000	93.000	100.000	108	5
1.1.1.3	TIC Kamp Park Umag	14.000	9.000	12.000	133	1
1.1.2	Putni troškovi	2.000	2.000	3.000	150	0
1.1.2.1	Brtonigla	1.000	1.311	2.000	153	0
1.1.2.2	TIC Brtonigla	1.000	1.000	1.000	100	0
1.1.3	Dnevnice	2.000	2.000	2.000	100	0
1.1.3.1	Brtonigla	1.000	1.000	1.000	100	0
1.1.3.2	TIC Brtonigla	1.000	1.000	1.000	100	0

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

1.2.	RASHODI UREDA	95.109	72.340	92.500	128	4
1.2.1	Rashodi ureda	87.500	70.340	79.000	112	4
1.2.1.1	Potrošni uredski materijal i mat. za čišćenje	13.000	7.000	9.000	129	0
1.2.1.1.1	potrošni uredski materijal	12.500	6.000	7.000	117	0
1.2.1.1.2	materijal za čišćenje	500	1.000	2.000	200	0
1.2.1.2	Struja, voda, komunalne usluge	1.000	1.000	1.000	100	0
1.2.1.2.1	struja	0	0	0	0	0
1.2.1.2.2	voda	0	0	0	0	0
1.2.1.2.3	komunalne usluge	1.000	1.000	1.000	100	0
1.2.1.3	Usluge HT i HP,FINA, Banke	20.800	17.800	17.300	97	1
1.2.1.3.1	telefon	16.000	13.000	13.000	100	1
1.2.1.3.2	HP	1.300	1.300	1.300	100	0
1.2.1.3.3	banke	3.500	3.500	3.000	86	0
1.2.1.4	Stručna literatura i tisak	2.000	745	2.000	268	0
1.2.1.5	Reprezentacije i troškovi sjednica	6.000	6.000	7.000	117	0
1.2.1.6	Nabava opreme i održavanje	18.000	12.395	16.000	129	1
1.2.1.6.1	nabava opreme	9.000	5.361	7.000	131	0
1.2.1.6.2	održavanje opreme	2.000	1.034	2.000	193	0
1.2.1.6.3	korištenje aplikacije PTZ2 i PTW	7.000	6.000	7.000	117	0
1.2.1.7	Premije osiguranja	300	0	300	0	0
1.2.1.8	Usluge knjigovodstva	26.400	26.400	26.400	100	1
1.2.1.9	Otplata dugoročnog kredita (2010.-2014.)	0	0	0	0	0
1.2.1.10	Pravne usluge	0	0	0	0	0
1.2.2.	Rashodi TIC Brtonigla	2.609	2.000	8.500	425	0
1.2.2.1	Nabava opreme	1.109	500	1.500	300	0
1.2.2.2	Uređenje info-punkta	1.500	1.500	7.000	467	0
1.2.3.	Rashodi TIC Kamp Park Umag	5.000	0	5.000	0	0
1.3.	RASHODI ZA RAD TIJELA TUR.ZAJEDNICE	10.000	10.000	15.500	155	1
1.3.1	Turističko vijeće, Skupština	9.500	9.500	14.000	147	1
1.3.2	Nadzorni odbor	500	500	1.500	300	0
1.4.	NAJAM POSLOVNOG PROSTORA	37.500	37.500	37.500	100	2
1.5.	CITTA` DEL VINO	2.000	2.100	3.000	143	0
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	198.008	220.570	756.600	348	35
2.1	POTPORE MANIFESTACIJAMA	147.740	172.550	667.500	387	30
2.1.1	Zabavne	62.600	79.151	384.000	485	17
2.1.1.1	TZO Brtonigla	62.600	79.151	384.000	485	17
2.1.1.1.1	Fešta Sv. Roka	30.000	32.740	180.000	550	8
2.1.1.1.2	Zvezdani kaleži	5.000	3.411	10.000	293	0
2.1.1.1.3	Božićni sajam	2.600	18.000	20.000	111	1
2.1.1.1.4	Ostale zabavne manifestacije	25.000	25.000	70.000	280	3
2.1.1.1.5	Ottava Fiorini	0	0	40.000	0	2
2.1.1.1.6	Gospa Lurdska	0	0	15.000	0	1
2.1.1.1.7	Večeri Karigadora	0	0	30.000	0	1
2.1.1.1.8	Sv. Lovro	0	0	19.000	0	1
2.1.2	Sportske	6.000	8.000	75.000	938	3

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

2.1.2.1	Klaster	3.000	3.000	5.000	167	0
2.1.2.1.1	Brtonigla Adventure Trekk	3.000	3.000	5.000	167	0
2.1.2.2	TZO Brtonigla	3.000	5.000	35.000	700	2
2.1.2.2.1	Ostale sportske manifestacije	3.000	5.000	35.000	700	2
2.1.3	Gourmet	74.500	75.619	192.000	254	9
2.1.3.1	Klaster	42.500	46.000	102.000	222	5
2.1.3.1.1	Festival Istarske Malvazije	40.000	41.000	75.000	183	3
2.1.3.1.2	Tematske manifestacije	0	5.000	10.000	200	0
2.1.3.1.3	Dani vina - Otvorena vrata vinskih podruma	2.500	0	7.000	0	0
2.1.3.1.2.	Istria wine&walk	0	0	10.000	0	0
2.1.3.2	TZO Brtonigla	32.000	29.619	90.000	304	4
2.1.3.2.1	Choco & Wine Fest	25.000	26.067	55.000	211	3
2.1.3.2.2.	Dani gljiva	4.000	739	25.000	3.383	1
2.1.3.2.3	Ostale gourmet manifestacije	3.000	2.813	10.000	355	0
2.1.4	Ekološke	3.700	2.938	6.500	221	0
2.1.4.1	Neka moja Istra blista	1.500	788	1.500	190	0
2.1.4.2	Najljepša okućnica, dvorište	2.200	2.150	5.000	233	0
2.1.5	Ostalo	940	6.842	10.000	146	0
2.1.5.1	TZO Brtonigla - Izložba Rukavina	940	6.842	10.000	146	0
2.2	RAZVOJ PROIZVODA	50.268	48.020	59.100	123	3
2.2.1	Klaster	48.268	48.020	52.100	108	2
2.2.1.1	Nogomet	0	0	0	0	0
2.2.1.2	Tenis	0	0	0	0	0
2.2.1.3	Wellness	0	0	0	0	0
2.2.1.4	Bike	25.768	23.020	29.500	128	1
2.2.1.4.1	bike proizvod	14.435	15.432	15.500	100	1
2.2.1.4.2	bike signalizacija	8.333	6.938	9.000	130	0
2.2.1.4.3	održavanje staza	3.000	650	5.000	769	0
2.2.1.5	Gourmet	22.500	25.000	22.600	90	1
2.2.2	TZO Brtonigla	2.000	0	7.000	0	0
2.2.2.1	Pješačke staze	2.000	0	7.000	0	0
2.3.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU DESTINACIJE	0	0	30.000	0	2
3.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	355.222	288.047	389.202	135	18
3.1	ONLINE KOMUNIKACIJA	89.543	51.592	89.570	174	4
3.1.1	INTERNET STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE	66.243	51.592	66.270	128	3
3.1.1.1	TZIŽ	5.592	5.592	5.619	100	0
3.1.1.2	Istra D.M.C.	60.651	46.000	60.651	132	3
3.1.2	SEO strategija	23.300	0	23.300	0	1
3.1.2.1	TZIŽ	0	0	0	0	0
3.1.2.2	Istra D.M.C.	23.300	0	23.300	0	1
3.1.3	DESTINACIJSKI INFO I PRODAJNI CENTAR	0	0	0	0	0
3.1.3.1	TZIŽ	0	0	0	0	0
3.2	OFFLINE KOMUNIKACIJA	125.358	106.145	140.119	132	6
3.2.1	PR AKTIVNOSTI - ODNOSI S JAVNOŠĆU	5.262	4.975	11.746	236	1
3.2.1.1	TZIŽ	3.262	3.262	3.746	115	0

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

3.2.1.2	TZO Brtonigla	2.000	1.713	8.000	467	0
3.2.2	BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL	91.096	56.698	98.373	174	4
3.2.2.1	TZIŽ	2.796	2.696	1.873	0	0
3.2.2.1.1	Image brošure	466	466	0	0	0
3.2.2.1.2	Brošure po proizvodima	2.230	2.230	1.873	0	0
3.2.2.1.3	Arhinet	0	0	0	0	0
3.2.2.1.4	Vizualni identitet	0	0	0	0	0
3.2.2.2	Klaster	57.300	39.444	58.000	147	3
3.2.2.2.1	Image katalog	16.500	0	15.000	0	1
3.2.2.2.1.1	dizajn (dodatak za Projekt 4 zemlje)	6.000	0	3.000	0	0
3.2.2.2.1.2	prijevodi	1.500	0	0	0	0
3.2.2.2.1.3	tisak	9.000	0	12.000	0	1
3.2.2.2.2	Gourmet vodiči	16.000	12.323	16.000	130	1
3.2.2.2.2.1	dizajn	6.000	1.300	6.000	462	0
3.2.2.2.2.2	prijevodi	0	0	0	0	0
3.2.2.2.2.3	tisak	10.000	11.023	10.000	91	0
3.2.2.2.3	Bike vodiči	10.000	16.000	11.000	69	1
3.2.2.2.3.1	dizajn	0	1.500	2.000	0	0
3.2.2.2.3.2	prijevodi	0	0	1.000	0	0
3.2.2.2.3.3	tisak	10.000	14.500	8.000	55	0
3.2.2.2.4	Mape i vrećice	3.500	481	3.000	624	0
3.2.2.2.5	Kalendar događanja	11.300	10.640	13.000	122	1
3.2.2.3	TZO Brtonigla	31.000	14.558	38.500	264	2
3.2.2.3.1	Image katalog/plan	30.000	13.220	37.000	280	2
3.2.2.3.1.1.	dizajn	8.000	2.000	10.000	500	0
3.2.2.3.1.2.	prijevodi	2.000	0	8.000	0	0
3.2.2.3.1.3.	tisak	20.000	11.220	19.000	169	1
3.2.2.3.2	Razno (memo, vizitke, kuverte i dr.)	1.000	1.338	1.500	112	0
3.2.3	SUVENIRI	2.000	2.200	10.000	455	0
3.2.3.1	Poslovni partneri - pokloni	2.000	2.200	10.000	455	0
3.2.3.2	Suveniri	0	0	0	0	0
3.2.4	TURISTIČKA (SMEĐA) SIGNALIZACIJA	27.000	42.272	20.000	47	1
3.3	OGLAŠAVANJE U PROM.KAMPANJAMA	71.761	71.760	61.345	85	3
3.3.1	MODEL I.	27.959	27.960	23.261	83	1
3.3.1.1	TZIŽ	27.959	27.960	23.261	83	1
3.3.2	MODEL II.	21.901	21.900	14.517	66	1
3.3.2.1	TZIŽ	21.901	21.900	14.517	66	1
3.3.3	MODEL IV.	21.901	21.900	23.567	108	1
3.3.3.1	TZIŽ	21.901	21.900	23.567	108	1
3.4	OGLAŠAVANJE	68.560	44.800	84.418	188	4
3.4.1	Bujština	5.000	1.500	10.000	0	0
3.4.2	Radio Eurostar	25.560	15.000	25.000	167	1
3.4.3	Radio Istra	18.000	14.000	18.000	129	1
3.4.4	Televizija	10.000	500	11.418	0	1
3.4.5	Ostali mediji	10.000	13.800	20.000	145	1

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA
PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

3.5.	PROMOCIJA TUR.DESTINACIJE (projekt Vina SZ Istre)	5.000	13.750	13.750	100	1
4.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	18.000	3.363	36.000	1.070	2
4.1	SAJMOVI	0	0	0	0	0
4.2	STUDIJSKA PUTOVANJA	5.000	3.363	10.000	297	0
4.3	PREZENTACIJE	13.000	0	26.000	0	1
4.3.1	Klaster	2.000	0	15.000	0	1
4.3.2	Ostalo (Tuberfest i dr.)	1.000	0	1.000	0	0
4.3.3	Prezentacija projekta 4 zemlje	10.000	0	10.000	0	0
5.	INTERNI MARKETING	1.500	0	10.000	0	0
5.1	EDUKACIJA	1.500	0	10.000	0	0
5.2	NAGRADE I PRIZNANJA	0	0	0	0	0
6.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	3.569	2.966	13.342	450	1
6.1	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	0	0	0	0	0
6.2	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	3.569	2.966	11.468	387	1
6.5.1	TZIŽ	466	466	468	100	0
6.5.2	Klaster	500	0	3.000	0	0
6.5.3	TZO Brtonigla	2.603	2.500	8.000	320	0
6.3.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I BIS	0	0	1.874	0	0
7.	POSEBNI PROGRAMI	109.592	6.617	53.747	812	2
7.1	TZIŽ - SMP 2014-18	5.592	5.592	0	0	0
7.2	Priprema turističke sezone 2014.	53.000	0	0	0	0
7.3	Projekt Muzeja vina	50.000	0	45.000	0	2
7.4	Sufinanciranje turističkih agencija	1.000	1.025	5.000	488	0
7.5	TZIŽ Big Idea	0	0	2.810	0	0
7.6	Istria brand audit	0	0	937	0	0
8.	OSTALO	0	0	20.000	0	1
8.1	Donacije (udruge, razna društva...)	0	0	10.000	0	0
8.2	Amortizacija	0	0	0	0	0
8.3	Neotpisana vrijednost prod. i rashod. imovine	0	0	0	0	0
7.7.	Sufinanciranje nabave vozila	0	0	10.000	0	0
9.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI (30%)	461.000	473.306	441.000	93	20
9.1	Transfer Općini 2013	0	0	0	0	0
9.2	Transfer Općini 2014	47.000	48.306	0	0	0
9.3	Transfer Općini	414.000	435.000	441.000	92	20
		0	0	0	0	0
	UKUPNO RASHODI	1.590.500	1.385.809	2.184.391	158	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	0	273.891	0	0	0