

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

Listopad, 2016



**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

**Sadržaj:**

1. UVOD.....	4
2. VIZIJA I CILJEVI PROGRAMA RADA U 2017. GODINI .....	8
3. PLANIRANI PRIHODI I RASHODI .....	12
4. ADMINISTRATIVNI RASHODI.....	13
5. DIZAJN VRIJEDNOSTI .....	15
5.1 Potpore manifestacijama.....	15
5.2 Razvoj proizvoda .....	18
5.2.1. <i>Bike proizvod</i> .....	19
5.2.2. <i>Gourmet proizvod</i> .....	20
5.2.3. <i>Pješačke staze</i> .....	21
5.3 Poticanje i sudjelovanje u uređenju općine.....	22
6. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI .....	22
6.1. Online komunikacija.....	23
6.2. Offline komunikacija.....	24
6.2.1. <i>PR aktivnosti – odnosi s javnošću</i> .....	24
6.2.2. <i>Brošure i ostali tiskani materijal</i> .....	26
6.2.3. <i>Poslovni partneri – pokloni</i> .....	27
6.2.4. <i>Turistička signalizacija</i> .....	27
6.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama .....	27
6.4. Oglašavanje (samostalno).....	29
6.5. Promocija turističke destinacije .....	29
7. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI.....	30
8. INTERNI MARKETING .....	31
8.1. Edukacija .....	31
7. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA .....	31
9. POSEBNI PROGRAMI .....	33
9.1. Projekt Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva.....	33
10. OSTALO.....	33
10. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE .....	34

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

11. ZAKLJUČNE ODREDBE .....	34
12. FINACIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE BRTONIGLA ZA 2017. GODINU .....	36

## **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 2017. godinu, te Marketing planu Turističke zajednice Istarske županije za 2017. 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 2017.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 njenoj 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.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

Važna je i uloga Turističke zajednice Istarske županije koja će u narednoj, 2017. godini pored naših najznačajnijih emitivnih tržišta nastaviti dodatno afirmirati destinaciju Istre na tzv. 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 2017. 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 2017. 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

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

U 2017. 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 2017 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.

Iako jedan od bitnijih faktora, 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 potrebno 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.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

- 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 doznaju 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.-31.10.2016., u kojem je ostvaren rekordni broj noćenja i dolazaka ( 67.013 dolazaka te 568.130 noćenja). U slijedećoj 2017. godini planira se povećanje noćenja za 1% u odnosu na ukupan broj noćenja ostvaren u 2016. godini.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

**Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2015 i 2016 godini u TZO Brtonigla (1.1.-31.10)**

Zemlja	Dolazaka 2015	Dolazaka 2016	Indeks	Noćenja 2014	Noćenja 2015*	Indeks
Ukupno domaći	812	723	89	4.080	3.962	97
Ukupno strani	64.863	66.290	102	527.215	564.168	107
<b>Sveukupno</b>	<b>65.675</b>	<b>67.013</b>	<b>102</b>	<b>531.295</b>	<b>568.130</b>	<b>107</b>

Ukoliko promatramo prvih deset mjeseci u 2016 godinu u Brtonigli je realizirano 7% više noćenja u odnosu na isto razdoblje 2015. godine.

Ovaj je rast u noćenjima posljedica plusa u realizaciji noćenja glavnoj sezoni (VI-VIII) + 7% u ostvarenim noćenjima i +4% u dolazima, te u dijelu posezone (IX-X) +19% u dolascima i noćenjima, u odnosu na isto razdoblje 2015. godine, dok je predsezona zbog nepovoljnih vremenskih prilika u odnosu na 2015. godinu rezultirala padom u noćenjima i dolascima.

Razlozi ovom značajnom rastu leže u činjenici izuzetno povoljnih vremenskih prilika u glavnoj sezoni i pos sezoni, poduzetim aktivnostima u razvoju proizvoda na nivou klastera te geopolitičkim prilikama na konkurentnim receptivnim tržištima.

## **2. VIZIJA I CILJEVI PROGRAMA RADA U 2017. 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 FINACIJSKI PLAN ZA 2017. 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 2017.**

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

- Povećanje fizičkog obujma prometa od 1% u odnosu na procjenu ostvarenja za 2016. g.
- Povećanje dolazaka/noćenja u pred i posezoni.
- Fokus na tržišta koja mogu dodatno popuniti kapacitete u pred i posezoni
- Povećanje fizičkog obujma prometa u Zračnoj luci Pula 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 2017. godinu dosadašnje zajedničke aktivnosti na klusterskoj 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."

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

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 2016. godinu
- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje u 2017. 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.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

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

**Vizija** turističke destinacije Općina Brtonigla podrazumijeva:

- Ekološki očuvan i uređen prostor (destinacija 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. PLANIRANI PRIHODI I RASHODI**

U Turistička zajednica Općine Brtonigla u 2017. godini planira ostvarenje primitaka u približno istom iznosu kao i očekivano ostvarenje za 2016. godinu, temeljem podataka o turističkom prometu za razdoblje od siječnja do listopada 2016. godine, iz kojih je vidljivo povećanje ostvarenih dolazaka i noćenja u odnosu na 2015. godinu. Prijedlog prihoda zasniva se na procjeni zakonom utvrđenih izvora prihoda (boravišna pristojba i članarina), iznosu sredstava planiranih u Općinskom proračunu, te očekivanih prihoda potpora manifestacija od strane TZIŽ, IŽ, HTZ-a te trgovačkih društava za sponzorstva

U najvećem obujmu planirani su prihodi od boravišne pristojbe u iznosu od 1.470.000 kn, što predstavlja 67% od ukupno planiranih prihoda i ostvarenje u jednakom obujmu kao u 2016. godini. Turistička članarina za 2017. godinu planirana je u iznosu od 95.000 kn što predstavlja a čini 4% od ukupno planiranih prihoda. Prihod od proračuna Općine Brtonigla planirani su s iznosom od 320.000 kn, za sufinanciranje slijedećih manifestacija; Chocco&Wine Festa, Festivala

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

Istarske Malvazije, U bojama tradicije: žetvene svečanosti, Fešte Sv.Rok te Božićnog sajma – prosinac u Brtonigli, te projekta budućeg “Muzeja Vina” te čine 15% planiranih prihoda. Prihodi od drugih aktivnosti planirani su u iznosu od 20.000 kn, a odnose se na prihode od strane TZIŽ, IŽ, HTZ te sponorstava trgovačkih društava. U planirane prihode za 2017. godinu uvršten je i prenesi višak iz 2016. u iznosu od 466.812,00 kn.

Ukupni iznos planiranih prihoda za 2016. godinu iznosi 2.372.312 kn, te je u odnosu na planirano za 2016.godinu veći za 5%.

Rashodi za 2017. godinu su planirani maksimalno racionalno, polazeći od obveze ispunjavanja zakonskih zadaća Hrvatske turističke zajednice i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja raspoloživih sredstava,te su detaljnije opisani u nastavku Programa rada.

#### **4. ADMINISTRATIVNI RASHODI**

Direktorica i djelatnica 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 obavljaju druge poslove koje su im odredila tijela Zajednice. Osim navedenih zadataka direktorica i djelatnici TIC u 2017. godini baviti će se i organizacijom manifestacija predviđenih godišnjim kalendarom događanja za 2017. 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

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

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.

Ured Turističke zajednice će i u 2017-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, turističko-informativna centra, materijalne rashode ureda, najam poslovnog prostora te članstvo u udruzi Gradovi vina (Citta` del vino) te su raspoređeni kako je dolje navedeno

S 1. siječnja 2017 počinje se primjenjivati Pravilnik o radu turističkog ureda i TZO Brtonigla te Pravilnik o sistematizaciji radnih mjesta, usvojen dana 17.lipnja na 7. sjednici TV TZO Brtonigla.

Nositelj: Turistički ured TZO Brtonigla.

Rok realizacije: kontinuirano odnosno siječanj – prosinac 2017.

**Planirana sredstva:**

	<b>2016.</b>	<b>2017.</b>
Rashodi za radnike	316.000,00 kn	326.000,00 kn
Rashodi ureda	92.500,00 kn	81.800,00 kn
Najam poslovnog prostora	37.500,00 kn	38.000,00 kn
Gradovi vina	3.000,00 kn	2.000,00 kn
Rashodi za rad tijela TZ	15.500,00 kn	0 kn
<b>Ukupni iznos:</b>	<b>464.500,00 kn</b>	<b>447.800,00 kn</b>

---

## **5. 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 2017. 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.

### **5.1 Potpore manifestacijama**

Strategija razvoja klasterskih evenata uključuje zajednički razvoj i komercijalizaciju evenata sa jakom 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 2017. GODINU**

---

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

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

1. Postojeći eventni 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 eventni koji funkcioniraju na lokalnom nivou i trenutno nisu dovoljno jasno artikulirani motivator dolaska u destinaciju – ove je eventne potrebno doraditi i prilagoditi organizacijski na način da postanu klaster eventni.

3. Novi eventni koji bi značajno doprinijeli pozicioniranju klastera na tržištu i koji bi mogli postati motivatori dolaska u destinaciju – ove je eventne 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 2017. godini odabrani su sljedeći eventni:

- Choco & Wine Fest ( veljača 2017.)
- Brtonigla Adventure Trek (veljača 2017.)
- 33. Festival Istarske Malvazije (travanj 2017.)
- Sv.Rok (kolovoz 2017.)
- Dani Gljiva ( listopad 2017.)



**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

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 2017. godinu najvećim se dijelom temelji na konceptu programa realiziranom tijekom 2016. godine, odnosno manjeg broja sadržajnije i kompleksnije osmišljenih i realiziranih manifestacija, ali i klsterskih evenata koji uključuju zajednički razvoj i komercijalizaciju s krajnjim ciljem stvaranja motiva dolaska gostiju.

Tako se za 2017. godinu planira organizacija Chocco&Wine Festa, koji se nakon izrazito velike posjećenosti i uspješnosti u 2017. godini planira kao dvodnevna manifestacija, zatim Festivala Istarske Malvazije (FIM) čiji je koncept potrebno izmjeniti obzirom da je kvaliteta manifestacija te posjećenost iste iz godine u godinu u padu, odnosno model postavljen 1984. godine kad je FIM bila jedina manifestacija takvog karaktera u Istri ne prolazi. Potrebno je ozbiljno preispitati interese lokanih vinara u organizaciji iste te njihovim aktivnim sudjelovanjem, obzirom da su se neki interesantni elementi manifestacije (ocjenjivanje Malvazije Istarske) na njihov zahtjev ukinuli, te se njihovo sudjelovanje u samoj manifestaciji, uprkos našoj inicijativi da ih se aktivno uključi u organizaciju, svodi na prodaju vina putem naših kanala. Također, u samu organizaciju FIM potrebno je aktivno uključiti i njezinog začetnika, te prvotnog organizatora Zajednicu Talijana Brtonigla.

Manifestacija koje se u 2016. godini, promjenom koncepta pokazala uspješnom je U bojama tradicije: žetvena svečanost, te će se ona u 2017. godini kvalitativno unaprijediti. Nakon dugogodišnje stagnacije Fešte Sv. Roka, model organizacije iste u 2016. godini pokazao se izrazito uspješnim, te će se isti model nastaviti u 2017.godini s naglasakom na daljni na razvoj identiteta Fešte Sv. Roka, kojeg je potrebno još dodatno osnažiti i učiniti atraktivnijom.

U 2017. godini planira se započeti s projektom „Mjesec pod zvjezdama“ , gdje bi se u suradnji s Hrvatskom glazbenom mladeži, koj već godinama u ljetnim mjesecima djeluje u Grožnjanu u čijoj se organizaciji održava ljetna glazbena škola te niz atraktivnih koncerata, dio programa održao tokom lipnja i kolovoza u Brtonigli.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

Osim navedenih manifestacija TZ će sudjelovati u suorganizaciji te financijski potpomognuti razne zabavne, kulturne i sportske manifestacije (Half Year Celebration, Dan Kampa, Zlatni Lav – pozornica u Brtonigli, izložbe u galeriji Aleksandar Rukavina, Istrian Wine & Run) te manifestacije u organizaciji Mjesnih odbora Brtonigle.

Od klsterskih manifestacija TZO Brtonigla, među ostalima i dalje će aktivno sudjelovati u organizaciji gourmet manifestacije Istria Wine&Walk.

Nositelj: Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje za klsterske manifestacije.  
TZO Brtonigla u suradnji s Općinom Brtonigla i Razvojnoum agencijom Brtonigla.

Rok: kontinuirano, odnosno siječanj – prosinac 2017.

**Planirana sredstva:**

	<b>2016.</b>	<b>2017.</b>
Zabavne	384.000,00 kn	510.000,00 kn
Sportske	75.000,00 kn	30.000,00 kn
Gourmet	192.000,00 kn	225.000,00 kn
Ekološke	6.500,00 kn	6.500,00 kn
Ostale	10.000,00 kn	20.000,00 kn
<b>Ukupni iznos:</b>	<b>667.500,00 kn</b>	<b>791.500,00 kn</b>

---

## **5.2 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 2017. godine nastavit će se projektni razvoj proizvoda: nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet.

Uzimajući u obzir postojeće raspoložive resurse općinskog područja, a sukladno Marketing planu klastera Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje za 2017. godinu TZO Brtonigla sudjeluje u razvoju bike i gourmet proizvoda, te izradi mape pješačkih staza za područje cijelog klastera.

### **5.2.1.        *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 2017. planiraju se slijedeće projektne aktivnosti:

- trasiranje novih family staza i priprema materijala za cestovne bicikliste i rekreativce
- koordinacija aktivnosti održavanja i čišćenja biciklističkih staza\*
- unaprijeđenje usluga za bicikliste u bike hotelima
- bike service card
- organizacija međunarodnog maratona 6. Istria Granfondo
- ažuriranje sadržaja brošure Bike vodič
- foto i video produkcija (video za Cickloturiste)
- prezentacija proizvoda na centralnom web portalu clustera
- unaprijeđenje usluga i profiliranje projekta Bike Hotels
- prijedlog bike paketa

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

- ciljane marketinške kampanje u inozemstvu
- promocija, PR aktivnosti, sajmovi i prezentacije
- organizacija press tripova - novinara i opinion makera iz sektora bike
- akvizicije novih partnera – specijalizirane agencije za bike
- eBook BIKE - kreiranje sadržaja; prezetnacija na centralnom web portalu clustera

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj bike-a u 2017. godini iznosi 402.098,00 kn kn. Udio TZO Brtonigla u razvoju bike-a iznosi 16.084,00 kn.

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

Rok: kontinuirano

**Planirana sredstva:**

	<b>2016.</b>	<b>2017.</b>
Bike proizvod	15.500,00 kn	16.084,00 kn
Bike signalizacija	9.000,00 kn	10.000,00 kn
Održavanje staza	5.000,00 kn	5.000,00 kn
<b>Ukupni iznos:</b>	<b>29.500,00 kn</b>	<b>31.084,00 kn</b>

---

#### **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 vinskiм

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

podrumima, cestama maslinova ulja, renomiranim restoranima, kulturnim itinererima te boravak u hotelskom smještaju.

Putem Istra DMC-a, glavnog nositelja aktivnosti razvoja gourmet proizvoda, u 2017. 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 uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj gourmet-a u 2016 godini iznosi 342.733,00 kn Udio TZO Brtonigla u razvoju gourmet-a iznosi 25.708,00 kn.

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

Rok: kontinuirano.

Planirana sredstva za razvoj gourmet proizvoda:

	<b>2016.</b>	<b>2017.</b>
<b>Ukupni iznos:</b>	<b>22.600,00 kn</b>	<b>25.708,00 kn</b>

---

### **5.2.3. Pješačke staze**

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 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 20.000 kn, a udio TZO Brtonigla iznosi 5.000 kn.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

Nositelj: TZO Brtonigla, TZ Klastera, TZIŽ

Rok: Kontinuitano.

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

---

### **5.3 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 općine, sudjelovanje u uređenju plaže 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

**Ukupni planirani iznos:** **21.956,00 kn**

---

## **6. 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, klasterskom, 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 2017. 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 2017. godina biti će sedma godina realizacije projekta destinacijskog web portala. Projekt destinacijskog web portala <http://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.

Ciljevi e-marketinga klastera za 2017. godinu su usmjereni na:

- Unapređenje kvalitete sadržaja stranice s ciljem nastavka povećanja organskog prometa, nastavka rasta ključnih SEO indikatora te web redizajn
- 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

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

- Povećanje interakcije s korisnicima i rast doseg 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 78.300,00 kn, a dodatnih 7.643,00 kn iznosi udio TZO Brtonigla u sufinanciranju e-marketinga u okviru SMP TZIŽ za 2017. godinu.

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

Rok: kontinuirano.

	<b>2016.</b>	<b>2017.</b>
Internet stranice i društvene mreže	60.651,00 kn	45.000,00 kn
SEO strategija	23.300,00 kn	23.300,00 kn
TZIŽ	5.619,00 kn	7.643,00 kn
<b>Ukupni iznos:</b>	<b>89.570,00 kn</b>	<b>75.943,00 kn</b>

---

## **6.2. Offline komunikacija**

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

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



**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

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 nastojat će taj manjak sredstava kompenzirati putem PR aktivnosti i to na nivou klastera sukladno Marketing planu za 2017. 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 5.000 kn, dok će putem SMP biti izdvojeno 3.821,00 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 2017. godini.

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

Rok: kontinuirano.

	<b>2016.</b>	<b>2017.</b>
TZIŽ	3.746,00 kn	3.821,00 kn
TZO Brtonigla	8.000,00 kn	5.000,00 kn
<b>Ukupni planirani iznos:</b>	<b>11.746,00 kn</b>	<b>8.821,00 kn</b>

---

### **6.2.2. 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, ukoliko se pokaže potreba, dotisak image kataloga koji obuhvaća cjelokupnu turističku ponudu destinacije, te plana mjesta.

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

EnjoyIstra 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 EnjoyIstre i na taj način privuklo potencijalnog gosta. Osim EnjoyIstra tiskati će se i enogastronomski vodič Istria Gourmet.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za tisak klasterskih brošura u 2017 godini iznosi 405.323 kn. Udio TZO Brtonigle u izradi brošura na nivou klastera iznosi 59.000,00 kn. TZO Brtonigla će za potrebe ureda (papirne galanterija) i tisak image kataloga Brtonigle, kao i mapa i vrećica destinacije, te projekta tisak monografije Brtonigle dodatno utrošiti 55.500,00 kn, dok će istovremeno sufinancirati tisak brošura sukladno SMP-u u iznosu od 1.911,00 kn.

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

Rok: kontinuirano./prema potrebi

**Ukupni planirani iznos:** **115.911,00 kn**

---

### **6.2.3. Poslovni partneri – pokloni**

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:** **15.000,00 kn**

---

### **6.2.4. Turistička signalizacija**

Aktivnosti signalizacije u 2017. godini obuhvaćaju troškove redizajna tabli dobrodošlice, te sredstva za tekuće održavanja smeđe signalizacije,

U stavku turistička signalizacija spadaju i troškovi tiskanja te godišnji najam billboarda na izlazu s istarskog „Y“.

Nositelj: TZO Brtonigla

Rok: Kontinuirano

**Ukupni planirani iznos:** **70.000,00 kn**

---

## **6.3. 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

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

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 2017. godini provest će se kroz promotivne kampanje i/ili promotivno/prodajne kanale sustava turističkih zajednica, organizatora putovanja, zračnih prijevoznika, i nositelja destinacijske ponude s ciljem fokusiranja na ključne tržišne segmente, te s posebnim naglaskom na promociju organiziranih programa izvan glavne sezone.

U modelima oglašavanja u 2017. godini (model I-a., I-c., I-d. i I-e), 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 četiri modela u kojima sudjeluje i TZO Brtonigla, sukladno participaciji u Marketing planu TZIŽ-a za 2017. godinu.

Model I-a odnosi se na udruženo oglašavanje opće ponude destinacije 2017.

Model I-c odnosi se na oglašavanje nositelja smještajne ponude 2017.

Model I-d i I-e odnose se na udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije 2017.

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

Rok: siječanj – listopad.

<b>MODEL I- a.</b>	<b>22.804,00 kn</b>
<b>MODEL I-c.</b>	<b>3.182,00 kn</b>
<b>MODEL I-d.</b>	<b>33.629,00 kn</b>
<b>MODEL I-e.</b>	<b>4.586,00 kn</b>
<b>Ukupni planirani iznos:</b>	<b>64.201,00 kn</b>

---

#### **6.4. 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 Razvojnomo agencijom Brtonigla. Planiranim budžetom djelomično su pokrivena oglašavanja manifestacija u organizaciji općinskih mjesnih odbora na lokalnoj razini.

Nositelj: TZO Brtonigla.

Rok: kontinuirano,.

	<b>2016.</b>	<b>2017.</b>
<b>Ukupni planirani iznos:</b>	<b>84.418,00 kn</b>	<b>85.000,00 kn</b>

---

#### **6.5. Promocija turističke destinacije**

U 2017. godini planira se s promocijom turističke ponude destinacije kroz projekt Istria Experience, odnosno kroz njihove info punkotve. 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 do 2016. provodila projekt "Vinomat" u sklopu kojega su u svojim objektima prodavali autohtona vina sjeverozapadne Istre. Suradnja će se u 2017.godini nastaviti, međutim prema drugačijem modelu.

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

Rok: lipanj – listopad 2017.

<b>Ukupni planirani iznos:</b>	<b>10.000,00 kn</b>
--------------------------------	---------------------

---

## **7. 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 2017. godinu jesu kraće jednodnevne prezentacije, te sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima 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 turoperatora i agencija koji prodaju kapacitete i doživljaje u Istri/Brtonigli.

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:**

**66.000,00 kn**

## **8. INTERNI MARKETING**

### **8.1. 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.

Nositelj: HTZ, TZIŽ, TZO Brtonigla

Rok: siječanj – svibanj / rujan – studeni.

**Ukupni planirani iznos:**

**10.000,00 kn**

---

## **7. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

Suvremeni trendovi promocije u općim razmjerima, posebice u turizmu, uz sve veći utjecaj društvenih mreža, sve intenzivnije koriste i raznovrsne video kanale elektroničkog 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 2017. 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

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

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](http://www.coloursofistria.com).

Za potrebe izrade brošura/monografije koje su navedene u Programu rada i financijskom planu za 2017 godinu angažirat će se fotografiranje one ponude koja nije zastupljena u postojećem fondusu fotografija, također prema potrebi duplicitari će se prezentacijski video materijal destinacije Brtonigla.

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

**Ukupni planirani iznos:**

**23.701,00 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 2017.

**Ukupni iznos:** **45.000,00 kn**

---

## **10. OSTALO**

U ovu stavku svršteni su troškovi pomoći i donacije raznim udrugama.

Nositelj: TZO Brtonigla

Rok: kontinuirano

**Ukupni planirani iznos:** **10.000,00 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 2017. godinu planira se u ukupnom iznosu od 441.000,00 kn. Općina Brtonigla i Turistička zajednica Općine Brtonigla donijeti će Program korištenja 30% sredstava boravišne pristojbe u 2017. godini. Navedena sredstva predstavljaju prihod proračuna Općine Brtonigla i koristit će se za poboljšanje turističke ponude uređenjem turističke infrastrukture, odnosno uređenjem plaže u turističkom naselju Karigador, sufinanciranje nabave kombi volzila, u infrastrukturu i održavanja plaža i zelenih površina, te za potrebe organizacije turističkih manifestacija.

**Ukupni planirani iznos:**

**441.000,00 kn**

---

## **11. ZAKLJUČNE ODREDBE**

Prijedlog Program rada Turističke zajednice Općine Brtonigle s pripadajućim Financijskim 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 2017. 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.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

---

Prijedlogom Programa rada TZO Brtonigla za 2017. 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 2017. 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 2017. 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 2017. godini su planirani maksimalno racionalno, a polazeći od obveze ispunjavanja zakonskih zadaća i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja raspoloživih sredstava.

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

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

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

**12. FINACIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE BRTONIGLA ZA 2017. GODINU**

R.br.	PRIHODI	Plan 2016	Rebalans 2016	Index	Plan 2017		Struktura
		P16	R16	R16/P16	P17	R16/P17	
1.	<b>PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE</b>	1.470.000	1.470.000	100	1.470.000	100	67
2.	<b>PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE</b>	95.000	105.000	111	95.000	100	4
3.	<b>PRIHODI IZ OPĆINSKOG PRORAČUNA</b>	330.000	310.000	94	320.000	97	15
3.1.	Sufinanciranje turističke signalizacije	0	0	0	0	0	0
	Sufinanciranje projekta restauracije strojeva	20.000	0	0	20.000	100	1
	Sufinanciranje projekta vinomata	10.000	10.000	100	0	0	0
	Sufinanciranje manifestacija	300.000	300.000	100	300.000	100	14
4.	<b>PRIHODI OD DRUGIH IZVORA</b>	15.000	61.000	407	20.000	133	1
4.1.	HTZ	10.000	0	0	0	0	0
4.2.	TZIŽ	5.000	5.000	100	5.000	100	0
4.3.	Ostali prihodi	0	56.000	0	15.000	27	
5.	<b>KREDITNO ZADUŽENJE PO POSEBNOM PROGRAMU</b>	0	0	0	0	0	0
6.	<b>PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETH.GODINE</b>	273.891	307.023	112	466.812	152	13
7.	<b>OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI</b>	500	500	100	500	100	0
	<b>UKUPNO PRIHODI:</b>	<b>2.184.391</b>	<b>2.253.523</b>	<b>103</b>	<b>2.372.312</b>	<b>105</b>	<b>100</b>
R.br.	RASHODI	Plan 2016	Realizacija	Index	Plan 2017		Struktura
		P16	R16	P16/R16	P17	P17/P16	
1.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	464.500	426.914	92	447.800	105	19
1.1.	<b>RASHODI ZA RADNIKE</b>	316.000	298.931	95	326.000	103	14
1.1.1	<b>Bruto OD</b>	311.000	300.106	96	320.000	103	13
1.1.1.1	ured	199.000	200.106	101	200.000	101	8
1.1.1.2	TIC Brtonigla	100.000	100.000	100	120.000	120	5
1.1.1.3	TIC Kamp Park Umag	12.000	0	0	0	0	0
1.1.2	<b>Putni troškovi</b>	3.000	2.046	68	4.000	133	0
1.1.2.1	Brtonigla	2.000	2.046	102	3.000	150	0
1.1.2.2	TIC Brtonigla	1.000	0	0	1.000	100	0
1.1.3	<b>Dnevnice</b>	2.000	0	0	2.000	100	0
1.1.3.1	Brtonigla	1.000	0	0	1.000	100	0
1.1.3.2	TIC Brtonigla	1.000	0	0	1.000	100	0
1.2.	<b>RASHODI UREDA</b>	92.500	88.506	96	81.800	88	4

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

<b>1.2.1</b>	<b>Rashodi ureda</b>	<b>79.000</b>	<b>80.932</b>	<b>102</b>	<b>71.800</b>	<b>91</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1.1</b>	<b>Potrošni uredski materijal i mat. za čišćenje</b>	<b>9.000</b>	<b>5.500</b>	<b>61</b>	<b>8.000</b>	<b>89</b>	<b>0</b>
1.2.1.1.1	potrošni uredski materijal	7.000	4.000	57	6.000	86	0
1.2.1.1.2	materijal za čišćenje	2.000	1.500	75	2.000	100	0
<b>1.2.1.2</b>	<b>Struja, voda, komunalne usluge</b>	<b>1.000</b>	<b>877</b>	<b>88</b>	<b>1.000</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
1.2.1.2.1	struja	0	0	0	0	0	0
1.2.1.2.2	voda	0	0	0	0	0	0
1.2.1.2.3	komunalne usluge	1.000	877	88	1.000	100	0
<b>1.2.1.3</b>	<b>Usluge HT i HP,FINA, Banke</b>	<b>17.300</b>	<b>15.000</b>	<b>87</b>	<b>15.300</b>	<b>88</b>	<b>1</b>
1.2.1.3.1	telefon	13.000	11.000	85	11.000	85	0
1.2.1.3.2	HP	1.300	1.000	77	1.300	100	0
1.2.1.3.3	banke	3.000	3.000	100	3.000	100	0
<b>1.2.1.4</b>	<b>Stručna literatura i tisak</b>	<b>2.000</b>	<b>2.250</b>	<b>113</b>	<b>2.500</b>	<b>125</b>	<b>0</b>
<b>1.2.1.5</b>	<b>Reprezentacije i troškovi sjednica</b>	<b>7.000</b>	<b>7.000</b>	<b>100</b>	<b>7.000</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
<b>1.2.1.6</b>	<b>Nabava opreme i održavanje</b>	<b>16.000</b>	<b>14.700</b>	<b>92</b>	<b>9.000</b>	<b>56</b>	<b>0</b>
1.2.1.6.1	nabava opreme	7.000	13.500	193	7.000	100	0
1.2.1.6.2	održavanje opreme	2.000	1.200	60	2.000	100	0
1.2.1.6.3	korištenje aplikacije PTZ2 i PTW	7.000	0	0	0	0	0
<b>1.2.1.7</b>	<b>Premije osiguranja</b>	<b>300</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>1.2.1.8</b>	<b>Usluge knjigovodstva</b>	<b>26.400</b>	<b>27.025</b>	<b>102</b>	<b>28.000</b>	<b>106</b>	<b>1</b>
<b>1.2.1.9</b>	<b>Otplata dugoročnog kredita (2010.-2014.)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>1.2.1.10</b>	<b>Pravne usluge</b>	<b>0</b>	<b>1.006</b>	<b>0</b>	<b>1.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>1.2.2.</b>	<b>Rashodi TIC Brtonigla</b>	<b>8.500</b>	<b>7.574</b>	<b>89</b>	<b>10.000</b>	<b>118</b>	<b>0</b>
1.2.2.1	Nabava opreme	1.500	1.574	105	5.000	333	0
1.2.2.2	Uređenje info-punkta	7.000	6.000	86	5.000	71	0
<b>1.2.3.</b>	<b>Rashodi TIC Kamp Park Umag</b>	<b>5.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>1.3.</b>	<b>RASHODI ZA RAD TIJELA TUR.ZAJEDNICE</b>	<b>15.500</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
1.3.1	Turističko vijeće, Skupština	14.000	0	0	0	0	1
1.3.2	Nadzorni odbor	1.500	0	0	0	0	0
<b>1.4.</b>	<b>NAJAM POSLOVNOG PROSTORA</b>	<b>37.500</b>	<b>37.476</b>	<b>100</b>	<b>38.000</b>	<b>101</b>	<b>2</b>
<b>1.5.</b>	<b>CITTA` DEL VINO</b>	<b>3.000</b>	<b>2.000</b>	<b>67</b>	<b>2.000</b>	<b>67</b>	<b>0</b>
<b>2.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>756.600</b>	<b>598.886</b>	<b>79</b>	<b>880.980</b>	<b>116</b>	<b>37</b>
<b>2.1</b>	<b>POTPORE MANIFESTACIJAMA</b>	<b>667.500</b>	<b>569.271</b>	<b>85</b>	<b>791.500</b>	<b>119</b>	<b>31</b>
<b>2.1.1</b>	<b>Zabavne</b>	<b>384.000</b>	<b>354.037</b>	<b>92</b>	<b>510.000</b>	<b>133</b>	<b>18</b>
<b>2.1.1.1</b>	<b>TZO Brtonigla</b>	<b>384.000</b>	<b>354.037</b>	<b>92</b>	<b>510.000</b>	<b>133</b>	<b>18</b>
2.1.1.1.1	Fešta Sv. Roka	180.000	190.000	106	200.000	111	8
2.1.1.1.2	Zvezdani kaleži-mjesec pod zvjezdama	10.000	3.000	30	40.000	400	2
2.1.1.1.3	Božićni sajam-prosinac u Brtonigli	20.000	40.000	200	35.000	175	1
2.1.1.1.4	Ostale zabavne manifestacije	70.000	55.000	79	90.000	129	4
2.1.1.1.5	Ottava Fiorini	40.000	2.341	6	40.000	100	2

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

2.1.1.1.6	Gospa Lurdska	15.000	12.814	85	20.000	133	1
2.1.1.1.7	Večeri Karigadora	30.000	31.172	104	35.000	117	1
2.1.1.1.8	Sv. Lovro	19.000	19.710	104	50.000	263	1
<b>2.1.2</b>	<b>Sportske</b>	<b>75.000</b>	<b>41.258</b>	<b>55</b>	<b>30.000</b>	<b>40</b>	<b>1</b>
2.1.2.1	Cluster	5.000	5.127	103	10.000	200	0
2.1.2.1.1	Brtonigla Adventure Trekk	5.000	5.127	103	10.000	200	0
2.1.2.2	TZO Brtonigla	70.000	36.131	52	20.000	29	2
2.1.2.2.1	Ostale sportske manifestacije	70.000	36.131	52	20.000	29	2
<b>2.1.3</b>	<b>Gourmet</b>	<b>192.000</b>	<b>158.973</b>	<b>83</b>	<b>225.000</b>	<b>117</b>	<b>9</b>
<b>2.1.3.1</b>	<b>Cluster</b>	<b>102.000</b>	<b>70.326</b>	<b>69</b>	<b>105.000</b>	<b>103</b>	<b>5</b>
2.1.3.1.1	Festival Istarske Malvazije	75.000	57.000	76	80.000	107	3
2.1.3.1.2	Tematske manifestacije	10.000	0	0	0	0	0
2.1.3.1.3	Dani vina - Otvorena vrata vinskih podruma	7.000	1.166	17	10.000	143	0
2.1.3.1.2.	Istria wine&walk	10.000	12.160	122	15.000	150	0
<b>2.1.3.2</b>	<b>TZO Brtonigla</b>	<b>90.000</b>	<b>88.647</b>	<b>98</b>	<b>120.000</b>	<b>133</b>	<b>4</b>
2.1.3.2.1	Choco & Wine Fest	55.000	54.367	99	80.000	145	3
2.1.3.2.2.	Dani gljiva	25.000	30.000	120	30.000	120	1
2.1.3.2.3	Ostale gourmet manifestacije	10.000	4.281	43	10.000	100	0
<b>2.1.4</b>	<b>Ekološke</b>	<b>6.500</b>	<b>1.112</b>	<b>17</b>	<b>6.500</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
2.1.4.1	Neka moja Istra blista	1.500	1.112	74	1.500	100	0
2.1.4.2	Najljepša okućnica, dvorište	5.000	0	0	5.000	100	0
<b>R.br.</b>	<b>RASHODI</b>	<b>Plan 2016 P16</b>	<b>Rebalans R16</b>	<b>Index P16/R16</b>	<b>Plan 2017 P17</b>	<b>Index P17/P16</b>	<b>Struktura P16%</b>
<b>2.1.5</b>	<b>Ostalo</b>	<b>10.000</b>	<b>13.892</b>	<b>139</b>	<b>20.000</b>	<b>200</b>	<b>1</b>
2.1.5.1	TZO Brtonigla - kulturne	10.000	13.892	139	20.000	200	1
<b>2.2</b>	<b>RAZVOJ PROIZVODA</b>	<b>59.100</b>	<b>51.397</b>	<b>87</b>	<b>67.524</b>	<b>114</b>	<b>3</b>
<b>2.2.1</b>	<b>Cluster</b>	<b>52.100</b>	<b>52.067</b>	<b>100</b>	<b>56.792</b>	<b>109</b>	<b>2</b>
2.2.1.1	Nogomet	0	0	0	0	0	0
2.2.1.2	Tenis	0	0	0	0	0	0
2.2.1.3	Wellness	0	0	0	0	0	0
2.2.1.4	Bike	29.500	29.468	100	31.084	105	1
2.2.1.4.1	bike proizvod	15.500	15.593	101	16.084	104	1
2.2.1.4.2	bike signalizacija	9.000	12.000	133	10.000	111	0
2.2.1.4.3	održavanje staza	5.000	1.875	38	5.000	100	0
2.2.1.5	Gourmet	22.600	22.600	100	25.708	114	1
<b>2.2.2</b>	<b>TZO Brtonigla</b>	<b>7.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.000</b>	<b>71</b>	<b>0</b>
2.2.2.1	Pješačke staze	7.000	0	0	5.000	71	0
<b>2.2.3.</b>	<b>TZIŽ</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.732</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>2.3.</b>	<b>POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU DESTINACIJE</b>	<b>30.000</b>	<b>6.000</b>	<b>20</b>	<b>21.956</b>	<b>73</b>	<b>1</b>
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>389.202</b>	<b>276.196</b>	<b>135</b>	<b>444.876</b>	<b>114</b>	<b>19</b>

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

<b>3.1</b>	<b>ONLINE KOMUNIKACIJA</b>	<b>89.570</b>	<b>49.620</b>	<b>174</b>	<b>75.943</b>	<b>85</b>	<b>3</b>
<b>3.1.1</b>	<b>INTERNET STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE</b>	<b>66.270</b>	<b>49.620</b>	<b>128</b>	<b>52.643</b>	<b>79</b>	<b>2</b>
3.1.1.1	TZIŽ	5.619	5.620	100	7.643	136	0
3.1.1.2	Istra D.M.C.	60.651	44.000	73	45.000	74	2
<b>3.1.2</b>	<b>SEO strategija</b>	<b>23.300</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23.300</b>	<b>100</b>	<b>1</b>
3.1.2.1	TZIŽ	0	0	0	0	0	0
3.1.2.2	Istra D.M.C.	23.300	0	0	23.300	100	1
<b>3.1.3</b>	<b>DESTINACIJSKI INFO I PRODAJNI CENTAR</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
3.1.3.1	TZIŽ	0	0	0	0	0	0
<b>3.2</b>	<b>OFFLINE KOMUNIKACIJA</b>	<b>140.119</b>	<b>86.731</b>	<b>62</b>	<b>209.732</b>	<b>150</b>	<b>9</b>
<b>3.2.1</b>	<b>PR AKTIVNOSTI - ODNOSI S JAVNOŠĆU</b>	<b>11.746</b>	<b>6.277</b>	<b>53</b>	<b>8.821</b>	<b>75</b>	<b>0</b>
3.2.1.1	TZIŽ	3.746	3.746	100	3.821	102	0
3.2.1.2	TZO Brtonigla	8.000	2.531	32	5.000	63	0
<b>3.2.2</b>	<b>BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL</b>	<b>98.373</b>	<b>57.454</b>	<b>58</b>	<b>115.911</b>	<b>118</b>	<b>5</b>
<b>3.2.2.1</b>	<b>TZIŽ</b>	<b>1.873</b>	<b>1.873</b>	<b>100</b>	<b>1.911</b>	<b>102</b>	<b>0</b>
3.2.2.1.1	Image brošure	0	0	0	0	0	0
3.2.2.1.2	Brošure po proizvodima	1.873	1.873	100	1.911	102	0
3.2.2.1.3	Arhinet	0	0	0	0	0	0
3.2.2.1.4	Vizualni identitet	0	0	0	0	0	0
<b>3.2.2.2</b>	<b>Cluster</b>	<b>58.000</b>	<b>19.173</b>	<b>33</b>	<b>59.000</b>	<b>102</b>	<b>2</b>
3.2.2.2.1	Image katalog	15.000	0	0	17.000	113	1
3.2.2.2.1.1	dizajn	3.000	0	0	5.000	167	0
3.2.2.2.1.2	prijevodi	0	0	0	0	0	0
3.2.2.2.1.3	tisak	12.000	0	0	12.000	100	1
3.2.2.2.2	Gourmet vodiči	16.000	0	0	16.000	100	1
3.2.2.2.2.1	dizajn	6.000	0	0	6.000	100	0
3.2.2.2.2.2	prijevodi	0	0	0	0	0	0
3.2.2.2.2.3	tisak	10.000	0	0	10.000	100	0
3.2.2.2.3	Bike vodiči i karte	11.000	2.831	26	11.000	100	0
3.2.2.2.3.1	dizajn	2.000	300	15	2.000	100	0
3.2.2.2.3.2	prijevodi	1.000	0	0	1.000	100	0
3.2.2.2.3.3	tisak	8.000	2.531	32	8.000	100	0
3.2.2.2.4	Mape i vrećice	3.000	4.500	150	3.000	100	0
3.2.2.2.5	Kalendar događanja	13.000	11.842	91	12.000	92	0
<b>3.2.2.3</b>	<b>TZO Brtonigla</b>	<b>38.500</b>	<b>36.408</b>	<b>95</b>	<b>55.000</b>	<b>143</b>	<b>2</b>
3.2.2.3.1	Image katalog/plan	37.000	36.408	98	15.000	41	0
3.2.2.3.1.1	dizajn	10.000	18.750	188	0	0	0
3.2.2.3.1.2	prijevodi	8.000	1.158	14	0	0	0
3.2.2.3.1.3	tisak	19.000	16.500	87	15.000	79	0
3.2.2.3.2	Razno (memo, vizitke, kuverte i dr, monografija)	1.500	0	0	40.000	2.667	2

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINACIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

<b>3.2.3</b>	<b>SUVENIRI</b>	<b>10.000</b>	<b>15.000</b>	150	<b>15.000</b>	<b>150</b>	<b>0</b>
3.2.3.1	Poslovni partneri - pokloni	10.000	15.000	150	15.000	150	0
3.2.3.2	Suveniri	0	0	0	0	0	0
<b>3.2.4</b>	<b>TURISTIČKA (SMEĐA) SIGNALIZACIJA</b>	<b>20.000</b>	<b>8.000</b>	40	<b>70.000</b>	<b>350</b>	<b>3</b>
<b>3.3</b>	<b>OGLAŠAVANJE U PROM.KAMPANJAMA</b>	<b>61.345</b>	<b>61.345</b>	<b>100</b>	<b>64.201</b>	<b>105</b>	<b>3</b>
<b>3.3.1</b>	<b>MODEL I.C</b>	<b>23.261</b>	<b>23.261</b>	100	<b>22.804</b>	<b>98</b>	<b>1</b>
3.3.1.1	TZIŽ	23.261	23.261	100	22.804	98	1
<b>3.3.2</b>	<b>MODEL I.A</b>	<b>14.517</b>	<b>14.517</b>	100	<b>3.182</b>	<b>22</b>	<b>0</b>
3.3.2.1	TZIŽ	14.517	14.517	100	3.182	22	0
<b>3.3.3</b>	<b>MODEL I.D</b>	<b>23.567</b>	<b>23.567</b>	100	<b>33.629</b>	<b>143</b>	<b>1</b>
3.3.3.1	TZIŽ	23.567	23.567	100	33.629	143	1
<b>3.3.4.</b>	<b>MODEL I.E</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	0	<b>4.586</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
3.3.4.1.	TZIŽ	0	0	0	4.586	0	0
<b>3.4</b>	<b>OGLAŠAVANJE</b>	<b>84.418</b>	<b>78.500</b>	<b>93</b>	<b>85.000</b>	<b>101</b>	<b>4</b>
3.4.1	Buština	10.000	10.000	100	10.000	100	0
3.4.2	Radio Eurostar	25.000	15.000	60	15.000	60	0
3.4.3	Radio Istra	18.000	15.000	83	15.000	83	0
3.4.4	Televizija	11.418	7.500	66	20.000	175	1
3.4.5	Ostali mediji	20.000	31.000	155	25.000	125	1
<b>3.5.</b>	<b>PROMOCIJA TUR.DESTINACIJE (Istra Experience)</b>	<b>13.750</b>	<b>13.750</b>	<b>100</b>	<b>10.000</b>	<b>73</b>	<b>0</b>
<b>4.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>36.000</b>	<b>11.626</b>	<b>32</b>	<b>66.000</b>	<b>183</b>	<b>3</b>
<b>4.1</b>	<b>SAJMOVI</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	0	20.000	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>4.2</b>	<b>STUDIJSKA PUTOVANJA</b>	<b>10.000</b>	<b>4.312</b>	43	25.000	<b>250</b>	<b>1</b>
<b>4.3</b>	<b>PREZENTACIJE</b>	<b>26.000</b>	<b>7.314</b>	28	21.000	<b>81</b>	<b>1</b>
4.3.1	Cluster	15.000	4.814	32	15.000	100	0
4.3.2	Ostalo (Tuberfest i dr.)	1.000	500	50	1.000	100	0
4.3.3	Prezentacija projekta 4 zemlje	10.000	2.000	20	5.000	50	0
<b>5.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>10.000</b>	<b>2.000</b>	<b>20</b>	<b>10.000</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
<b>5.1</b>	<b>EDUKACIJA</b>	<b>10.000</b>	<b>2.000</b>	20	10.000	<b>100</b>	<b>0</b>
<b>5.2</b>	<b>NAGRADE I PRIZNANJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>13.342</b>	<b>13.342</b>	<b>100</b>	<b>23.701</b>	<b>178</b>	<b>1</b>
6.1	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	0	0	0	5.000	0	0
6.2	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	11.468	11.468	100	17.955	157	1
6.5.1	TZIŽ	468	468	100	955	204	0
6.5.2	Cluster	3.000	3.000	100	2.000	67	0
6.5.3	TZO Brtonigla	8.000	8.000	100	15.000	188	0
6.3.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I BIS	1.874	1.874	100	746	40	0
<b>7.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>53.747</b>	<b>6.747</b>	<b>13</b>	<b>47.955</b>	<b>89</b>	<b>2</b>
7.1	TZIŽ - SMP 2014-18	0	0	0	0	0	0
7.2	Priprema turističke sezone 2014.	0	0	0	0	0	0



**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE BRTONIGLA**  
**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU**

7.3	Projekt Muzeja vina	45.000	0	0	45.000	100	2
7.4	Sufinanciranje turističkih agencija	5.000	3.000	60	2.000	40	0
7.5	TZIŽ Big Idea	2.810	2.810	100	955	34	0
7.6	Istria brend audit	937	937	100	0	0	0
<b>8.</b>	<b>OSTALO</b>	<b>20.000</b>	<b>10.000</b>	<b>50</b>	<b>10.000</b>	<b>50</b>	<b>0</b>
8.1	Donacije (udruge, razna društva...)	10.000	10.000	100	10.000	100	0
8.2	Amortizacija	0	0	0	0	0	0
8.3	Neotpisana vrijednost prod. i rashod. imovine	0	0	0	0	0	0
7.7.	Sufinanciranje nabave vozila	10.000	0	0	0	0	0
<b>9.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI (30%)</b>	<b>441.000</b>	<b>441.000</b>	<b>100</b>	<b>441.000</b>	<b>100</b>	<b>19</b>
9.1	Transfer Općini 2013	0	0	0	0	0	0
9.2	Transfer Općini 2014	0	0	0	0	0	0
9.3	Transfer Općini	441.000	441.000	100	441.000	100	19
	<b>UKUPNO RASHODI</b>	<b>2.184.391</b>	<b>1.786.711</b>	<b>82</b>	<b>2.372.312</b>	<b>109</b>	<b>100</b>
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	0	466.812		0		<b>0</b>