



Charming Istria

TURISTIČKA ZAJEDNICA  
GRADA NOVIGRADA-CITTANOVA

Mandrač 29a,  
52466 Novigrad [Istria/HR]  
OIB: 87765626651

Tel. ++385 (0)52 757 075  
e-mail: info@novigrad-cittanova.hr

## Izveštaj o izvršenju programa rada Turističke zajednice grada Novigrada – Cittanova za 2021. godinu

Novigrad, veljača 2022.

## UVOD

Turistička kretanja u 2021. godini bila su drugu godinu zaredom ponovo uvjetovana epidemiološkoj situaciji, ali u manjoj mjeri u odnosu na 2020. godinu. Pandemija koronavirusa koja je započela 2020. godine uzrokovala je gospodarsku krizu u cijelom svijetu, pa tako i u Hrvatskoj. Naročito je to bilo vidljivo u prvoj polovici godine, kada su putovanja gotovo stala ili bila ograničena. Međutim, u svibnju se epidemiološka situacija u Europi počela popravljati i u lipnju se polako počeo realizirati sve veći turistički promet, dok je glavna turistička sezona bila iznenađujuće dobra, puno bolja od očekivanja, kao i posezona, te je stoga ostvaren i solidan turistički rezultat. Za 2021. godinu predviđalo se ostvarenje turističkog prometa na razini od 60% u odnosu na 2019. godinu. Međutim, ostvaren je rezultat na nivou 79% prometa iz 2019. godine. To je u odnosu na 2020. godinu, povećanje od 63%.

Sukladno tome, Turistička zajednica je krajem godine donijela Izmjene i dopune programa rada, kako bi se uskladile planirane aktivnosti s očekivanim rezultatom poslovanja.

### I. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET

Unatoč pandemiji koja je i dalje prisutna u Europi i u cijelom svijetu, Hrvatska je prošle godine bila jedna od najuspješnijih destinacija južne Europe i Mediterana. Pokazalo se da su ljudi željni putovanja i odmora u njima bližim i sigurnim destinacijama, a Istra se pokazala kao sigurna i poželjna turistička destinacija. Upravo je sigurnost jedan od glavnih faktora uspjeha prošle turističke sezone kada su ostvareni odlični rezultati za vrijeme glavne turističke sezone, ali i posezone.

Zbog stabilne i sigurne epidemiološke situacije u Istri, blizini našim glavnim emitivnim tržištima, ali i zbog kvalitetne turističke ponude te duge tradicije u turizmu, Istra je prošle godine ostvarila ukupan promet od 3.5 milijuna dolazaka i 23.5 milijuna noćenja, što znači da je broj dolazaka veći za 86% a noćenja za 74% u odnosu na 2020. god. U ukupnom turističkom prometu Istre, Novigrad učestvuje sa 5%.

Novigrad je prošle godine ostvario 170.780 dolazaka, što je 64% više od 2020. godine i na 74% od svih dolazaka iz 2019. godine, te 1.046.078 noćenja, 63% više od 2020. te na 79% od 2019. godine.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 2021., 2020. i 2019. godinu

Tip smještaja	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Indeks 2021/ 2020	Indeks 2021/ 2019	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks 2021/ 2020	Indeks 2021/ 2019
Komercijalni	<b>160.898</b>	87.296	220.235	184	73	<b>934.042</b>	487.897	1.159.506	191	81
Nekomercijalni	<b>9.882</b>	17.029	10.061	58	98	<b>112.036</b>	153.131	172.385	73	65
<b>UKUPNO</b>	<b>170.780</b>	<b>104.325</b>	<b>230.296</b>	<b>164</b>	<b>74</b>	<b>1.046.078</b>	<b>641.028</b>	<b>1.331.891</b>	<b>163</b>	<b>79</b>

Gledajući promet ostvaren u komercijalnom smještaju, zabilježeno je povećanje dolazaka od 84% i povećanje noćenja od 91% u odnosu na 2020. godinu. U odnosu na 2019. godinu, broj dolazaka je na 73% a broj noćenja na 81% što je odličan rezultat.

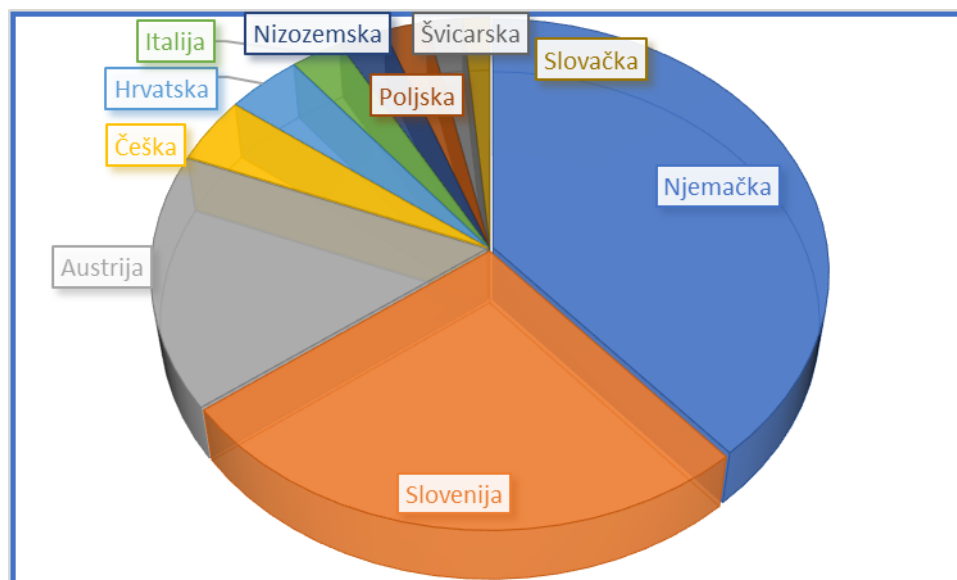
S druge strane, u nekomercijalnom smještaju je prošle godine zabilježeno gotovo pa dvostruko manje dolazaka te 27% manje noćenja u odnosu na 2020. godinu. Razlog tome je što vlasnici stanova i kuća za odmor, uglavnom iz Slovenije, nisu morali imati potvrdu o boravku pri povratku s u njihovu zemlju, za razliku od 2020. godine, kada je zabilježen rekordan broj prijave vlasnika kuća i stanova za odmor.

Tabela 2. Ostvareni broj noćenja TOP 10 zemalja za 2021., 2020. i 2019. godinu

R.br.	Zemlja	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks 2021/ 2020	Indeks 2021/ 2019
1.	Njemačka	379.927	175.253	340.444	217	112
2.	Slovenija	258.492	276.791	391.059	93	66
3.	Austrija	159.526	50.224	226.046	318	71
4.	Češka	41.179	23.834	41.164	173	100
5.	Hrvatska	39.776	28.231	44.857	141	89
6.	Italija	26.627	20.159	70.681	132	38
7.	Nizozemska	24.379	5.152	45.500	473	54
8.	Poljska	22.094	12.985	23.936	170	92
9.	Švicarska	18.710	7.703	21.130	243	89
10.	Slovačka	14.089	6.847	21.030	206	67

Iz tablice je vidljivo da je u odnosu na 2020. godinu ostvaren rast prometa kod svih tržišta, osim za goste iz Slovenije. Najveći apsolutni rast od duplo više noćenja u odnosu na lani realiziran je kod gostiju iz Njemačke (+117%), a njih je bilo čak za 12% više u odnosu na rekordnu 2019. godinu. Kod ostalih tržišta su uglavnom ostvarene gotovo pa stare brojke iz predpandemijske godine, pogotovo za goste iz Češke, Poljske i Švicarske, dok su noćenja iz Austrije, Italije, Nizozemske i Češke manja između 25 i 60% u odnosu na 2019. godinu.

Grafikon 1. Udio turista po zemljama



Iako je i protekle godine zbog pandemije zabilježen manji turistički promet u odnosu na godinu prije pandemije, ostvareni turistički rezultati su odlični i puno bolji od očekivanog i planiranog. Prošle su godine, smještajni i ugostiteljski objekti uglavnom počeli raditi zadnjeg tjedna ožujka, prije Uskrsa (4.4.2021.), za razliku od 2020. kada su smještajni objekti počeli otvarati tek krajem svibnja i sredinom lipnja.

Očekivalo se ostvarenje na razini 60% iz 2019. godine, odnosno manji promet od konačne realizacije.

Grafikon 2. Usporedba ostvarenih noćenja po zemljama za 2021., 2020. i 2019. godinu

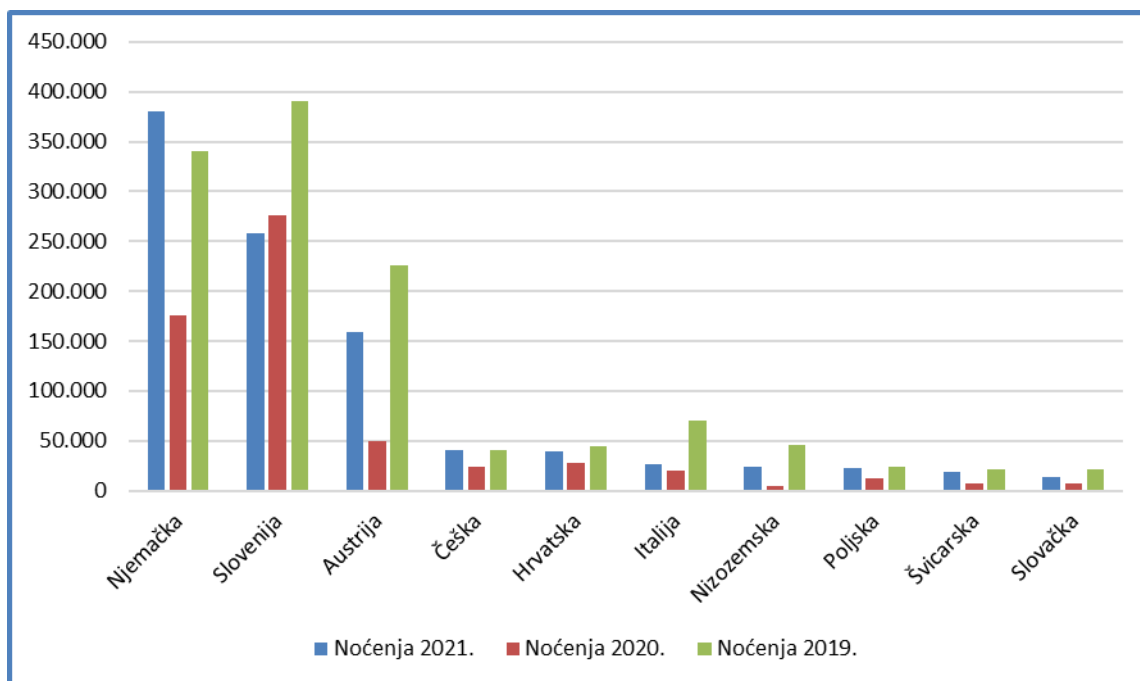


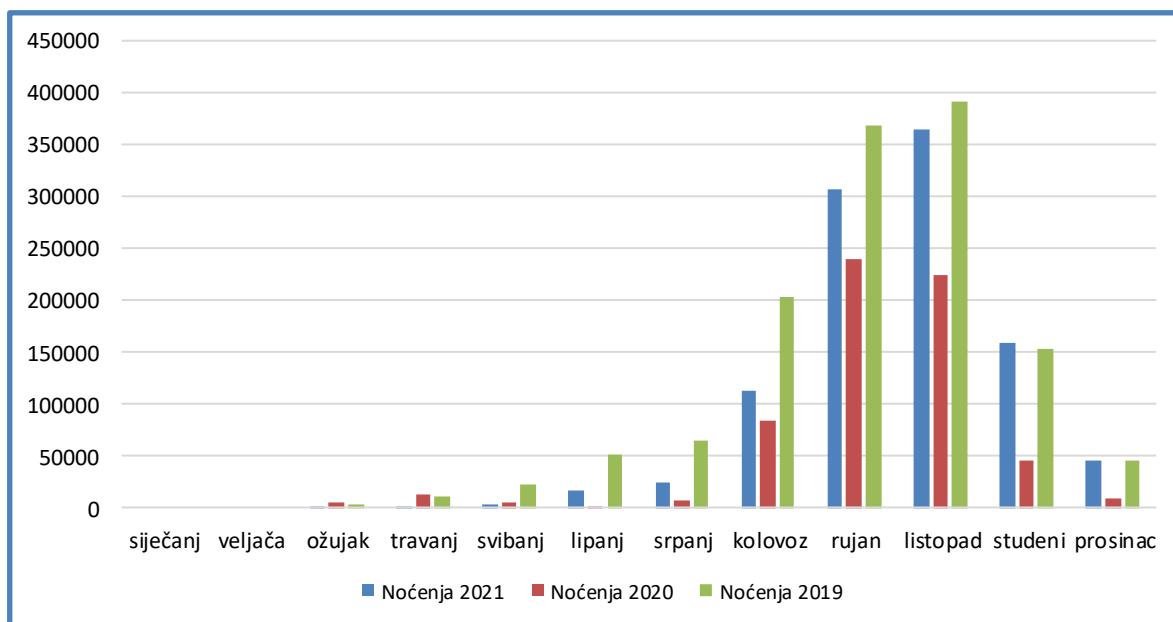
Tabela 3. Pregled dolazaka i noćenja po mjesecima za 2021., 2020. i 2019. godinu

Mjesec	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Indeks 2021/2020	Indeks 2021/2019	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks 2021/2020	Indeks 2021/2019
Siječanj	<b>103</b>	1.184	930	9	11	<b>1.338</b>	4.508	4.299	30	31
Veljača	<b>237</b>	4.897	4.067	5	6	<b>1.349</b>	13.613	10.237	10	13
Ožujak	<b>922</b>	1.719	7.295	54	13	<b>3.835</b>	5.752	22.302	67	17
Travanj	<b>4.398</b>	20	15.029	21.9	29	<b>16.437</b>	1.630	52.271	1008	31
Svibanj	<b>6.497</b>	2.173	17.760	299	37	<b>24.893</b>	6.553	64.888	380	38
Lipanj	<b>24.549</b>	18.851	40.564	130	61	<b>113.731</b>	83.985	203.523	135	56
Srpanj	<b>46.532</b>	35.394	50.121	131	93	<b>306.853</b>	239.767	368.566	128	83
Kolovoz	<b>49.321</b>	29.843	52.982	165	93	<b>365.029</b>	224.857	392.094	162	93
Rujan	<b>24.448</b>	7.226	24.737	338	99	<b>159.931</b>	46.094	153.263	347	104
Listopad	<b>11.600</b>	2.519	12.212	461	95	<b>45.998</b>	9.975	46.567	461	99
Studeni	<b>1.311</b>	382	2.603	343	50	<b>4.329</b>	2.556	8.625	169	50
Prosinac	<b>835</b>	119	1.996	702	42	<b>2.351</b>	1.738	5.256	135	45

Iz tablice ostvarenja turističkog prometa po mjesecima vidljiv je početak ostvarenja manjeg turističkog prometa tek u travnju. Veliki rast broja dolazaka i noćenja dogodio se u srpnju, kolovozu i rujnu te je u navedena 3 mjeseca realizirano 80% cjelogodišnjeg turističkog prometa. U

srpnju i kolovozu zabilježeno je 7% manje dolazaka u odnosu na 2019. godinu, ali i puno veći promet u odnosu na 2020. godinu. U rujnu je pak zabilježeno čak 4% više noćenja nego 2019. godine te 3,5 puta više prometa nego 2020. godine.

Grafikon 3. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja po mjesecima u 2021., 2020. i 2019. godini



I u ovoj kriznoj godini, najviše noćenja ostvareno je u kampovima na koje otpada čak 43% svih ostvarenih noćenja, a zabilježeno je dvostruko više prometa od 2020. godine te 89% noćenja iz 2019. godine. Sljedeća po redu kategorija s udjelom od 19% u ukupnim noćenjima jesu objekti u domaćinstvu (privatni smještaj) kod kojih je zabilježeno gotovo 50% više prometa u odnosu na 2020. godinu te 83% noćenja iz 2019. godine, slijede hoteli s udjelom od 17% ostvarenih noćenja i dvostruko većim realiziranim prometom od prethodne godine te na nivou 79% prometa iz 2019. godine.

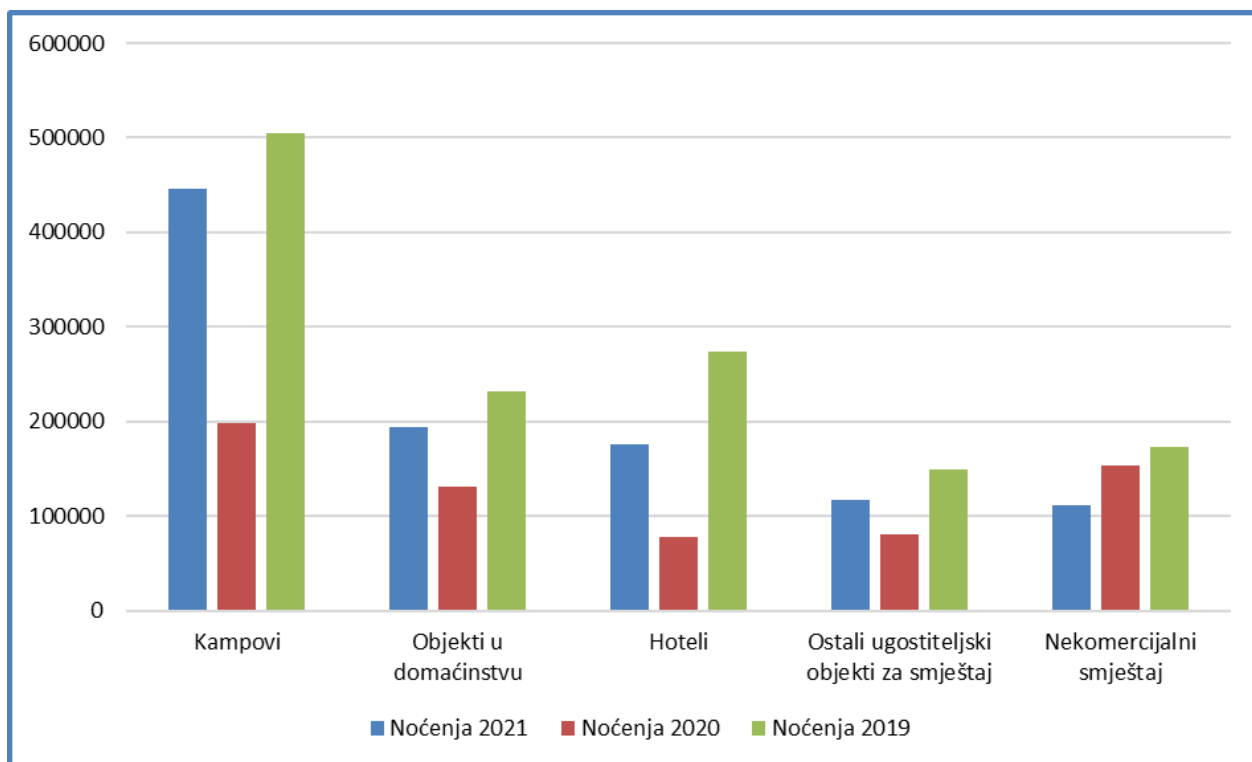
Tabela 4. Pregled dolazaka i noćenja po vrsti objekta za 2021. godinu

Vrsta smještaja	Dolasci 2021	Indeks 2021/2020	Indeks 2021/2019	Noćenja 2021	Indeks 2021/2020	Indeks 2021/2019
Kampovi	70.290	207	80	446.670	225	89
Objekti u domaćinstvu	27.268	149	77	193.708	148	83
Hoteli	42.256	211	60	176.233	227	64
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	21.084	140	77	117.431	145	79
<b>Ukupno komercijalni smještaj</b>	<b>160.898</b>	<b>184</b>	<b>73</b>	<b>934.042</b>	<b>191</b>	<b>81</b>
Nekomercijalni smještaj	9.882	58	98	112.036	73	65
<b>Sveukupno</b>	<b>170.780</b>	<b>164</b>	<b>74</b>	<b>1.046.078</b>	<b>163</b>	<b>79</b>

Posljednja kategorija komercijalnog smještaja čine ostali ugostiteljski objekti za smještaj (tvrtke i obrti za najam soba i apartmana, odmarališta, pansioni, i dr.) s udjelom od 11% u ukupnim noćenjima, a ostvarili su 45% više noćenja od 2020. godine te 79% noćenja iz 2019. godine.

Nekomercijalni smještaj čini 11% svih noćenja te je zabilježeno 27% manje noćenja od 2020. te 35% manje noćenja iz 2019. godine.

Grafikon 4. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja po vrsti smještaja u 2021., 2020. i 2019. godini



Usporednim prikazom ostvarenih noćenja u posljednje 3 godine, vidljivo je da je u 2021. godini u odnosu na 2020. ostvaren rast broja noćenja u svim tipovima komercijalnog smještaja, jedino je u nekomercijalnom zabilježen pad prometa zbog neprijavlivanja gostiju.

Najveće oscilacije ostvarene su u kampovima i hotelima, dok je kod privatnog smještaja i ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj vidljiv manji razmjer u odnosu na predpandemijsku godinu.

Ono po čemu će se zasigurno pamtiti 3 ljetna mjeseca protekle godine, jesu velike gužve i ogromna potražnja za ugostiteljskom i drugom turističkom ponudom, što je bilo iznenađujuće obzirom na još uvijek veliki utjecaj nepovoljne epidemiološke situacije u cijelom svijetu.

Osim toga, ogroman problem za sve turističke ali i druge subjekte bio je i manjak radne snage, pa su se često mogli vidjeti redovi za ulaz u ugostiteljske i druge objekte, koji su bili prisiljeni čak i odbijati turiste.

## II. OSTVARENI PRIHODI U 2021. GODINI

Turistička zajednica Grada Novigrada-Cittanova je 2021. godine ostvarila ukupan prihod u iznosu od 3.062.953 kn, što je 2% manje u odnosu na Izmjene plana te 11% više u odnosu na prvotni plan. Ostvarenje ukupnih prihoda predstavlja 44% više prihoda u odnosu na 2020. godinu. Istovremeno, ukupno ostvareni prihodi za 2021. godinu iznose 63% od ukupno realiziranih prihoda u 2019. godini.

	PLAN 2021	REBALANS	OSTVARENJE
<b>UKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.770.000 kn</b>	<b>3.136.000 kn</b>	<b>3.062.953 kn</b>

### 1. IZVORNI PRIHODI

Turistička zajednica je prvotno planirala izvorne prihode za 2021. u iznosu od 2.230.000 kn od čega je dio od 1.950.000 kn planiran od turističke pristojbe dok je dio od 280.000 kn planiran od članarine. Uslijed ostvarenog većeg turističkog prometa za vrijeme glavne turističke sezone, do kraja godine ostvareni su izvorni prihodi u iznosu od 2.997.807 kn, što predstavlja povećanje od 34% u odnosu na prvotni plan te 1% manje od rebalans plana. U odnosu na 2020. godinu, to je 48% više prihoda, dok je u odnosu na 2019. godinu to 25% manje izvornih prihoda.

Treba napomenuti da bi realizacija izvornih prihoda bila i veća, ali su, zbog situacije vezane uz pandemiju korona virusa te posljedično gospodarske krize, izmjenama propisa pojedinim obveznicima umanjeni iznosi obveze po osnovi turističke pristojbe (iznajmljivačima je paušalni iznos turističke pristojbe i prošle godine umanjen za 50%).

#### 1.1. PRIHODI OD TURISTIČKE PRISTOJBE

Prošle godine prihodovano je 2.673.917 kn od turističke pristojbe što je za 1% manje u odnosu na izmjene plana te 34% više u odnosu na prvotni plan. Prihodi od turističke pristojbe čine 87% ukupno ostvarenih prihoda. U odnosu na 2020. godinu, prihodi od turističke pristojbe veći su za 37%, dok su u odnosu na 2019. godinu manji za 23%.

Od ukupnog iznosa, 2.480.286 kn čine prihodi TP od smještajnih objekata koji su realizirani sukladno rebalansu a čine 81% svih prihoda, dok 193.631 kn čine prihodi TP od nautičkog turizma koji su za 16% manji od očekivanog te čine 6% svih realiziranih prihoda.

U odnosu na 2020. godinu, prihodi TP od smještajnih objekata veći su za 85%, dok su prihodi TP od nautičkog turizma ostvareni u gotovo istom iznosu. U odnosu na 2019. godinu, prihodi TP manji su za 22% dok su prihodi TP od nautičkog turizma manji za 35%.

Razvidno je da su prihodi od TP na razini ostvarenih noćenja, iako je visina paušalnog iznosa TP koju plaćaju iznajmljivači smanjena na pola. Isto tako, i nautičari (vlasnici plovila) su plaćali 20% niži paušalni iznos TP za osobe koje borave na plovilu.

#### 1.2. PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE

Turistička zajednica je u 2021. godini prihodovala 323.890 kn od turističke članarine što je 1% više u odnosu na izmjene plana te 16% više u odnosu na prvotni plan. Turistička članarina čini 11% ukupno ostvarenih prihoda. U odnosu na 2020. godinu, to je 34% manje te za 40% manje od 2019. godine. Smanjenje prihoda od članarina posljedica je smanjenja definiranih stopa članarina, kao i smanjenog prihoda gospodarskog sektora tijekom 2020. godine uzrokovanog COVID 19 pandemijom.

## 2. PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA NOVIGRADA-CITTANOVA

Prihodi iz Proračuna ostvareni su u očekivanom iznosu od 62.000 kn i čine 2% ukupno ostvarenih prihoda te su u odnosu na 2020. godinu veći za 20%. Navedeni iznos utrošen je za sufinanciranje manifestacija Fešta sv. Pelagija, Fešte sv. Ivana Krstitelja u Dajli i Slikarski ex-tempore.

## 3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

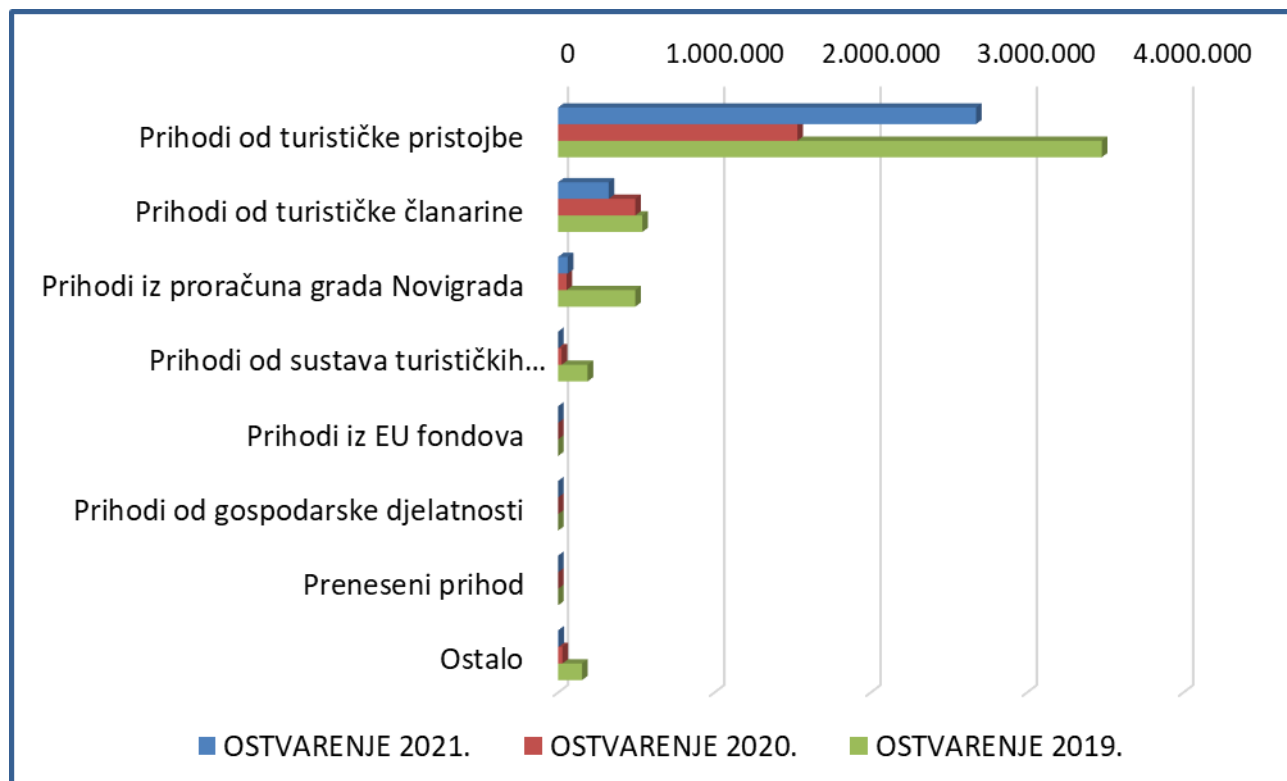
Prihodi od sustava turističkih zajednica nisu ostvareni, iako se očekivalo 40.000 kn prihoda iz Fonda za udružene turističke zajednice, kao što je ostvareno 2020. godine. Navedeni prihodi nisu dodijeljeni turističkim zajednicama u 2021. godini, već će u sklopu natječaja biti dodijeljeni 2022. godine.

## 4. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE

U ovu stavku naveden je točan knjigovodstveni iznos viška prihoda nad rashodima iz 2021. godine koji iznosi 731.185 kn, što je gotovo duplo više nego što se prvotno planiralo.

Na sjednici Skupštine održane u prosincu 2021. godine usvojene su Izmjene i dopune programa rada i za 2021. godinu kojima su revidirani svi prvotno planirani prihodi i rashodi te projekti TZ-a. Izmjene i dopune programa rada usklađene su i prilagođene očekivanom ostvarenju, uzimajući u obzir projekciju naplate turističke pristojbe i članarine za 2021. godinu te sve realizirane aktivnosti i očekivane rashode.

Grafikon 5. Usporedni prikaz ostvarenih prihoda u 2021., 2020. i 2019. godini





### III. OSTVARENE AKTIVNOSTI U 2021. GODINI

Planirane aktivnosti za 2021. godinu uglavnom su ostvarene u nešto većem obujmu u odnosu na plan koji je definiran krajem 2020. godine, i to zbog više realiziranog turističkog prometa za vrijeme glavne turističke sezone, pa time i aktivnosti turističke zajednice.

I prošle je godine situacija s pandemijom uzrokovala neizvjesnost u vrijeme predsezone, a time i pripremne aktivnosti za realizaciju Programa rada, stoga su sve aktivnosti planirane i realizirane maksimalno racionalno, polazeći od obveze ispunjavanja novih zakonskih zadaća turističke zajednice i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja raspoloživih sredstava.

Turistička zajednica je u prvoj polovici godine adekvatno reagirala prilagodivši dinamiku i provedbu svih aktivnosti u skladu sa smanjenim intenzitetom turističkog prometa, a time i financijskom situacijom, odnosno smanjenim priljevima od turističke pristojbe i turističke članarine.

Kako bi unatoč svim novonastalim i neizvjesnim okolnostima nastavili ispunjavati zakonsku zadaću, bilo je potrebno prilagoditi svoje poslovanje aktualnoj situaciji. Navedeno se prije svega odnosilo na pravovremeno preusmjeravanje budžeta na promotivne aktivnosti, kako bi mogli ostvariti dobre turističke rezultate za vrijeme glavne turističke sezone.

Turistička zajednica je u prosincu izradila Izmjene i dopune programa rada kojom su prilagođene stavke realiziranih aktivnosti.

U 2021. godini realizirano je 2.483.744 kn rashoda što je 1% manje od izmjene plana te 6% više u odnosu na prvotni plan, ne uzimajući u obzir troškove rezerve i nabave imovine. U odnosu na 2020. godinu to je više za i manje za od 2019. godine.

Na kraju izvještajnog razdoblja, realiziran je veći prihod nad rashodima u iznosu od 579.209 kn, umjesto očekivanih 626.338 kn viška prihoda nad rashodima. Uz ostvareni višak prihoda iz 2020. godine u iznosu od 731.181 kn, to je u konačnici višak od 1.310.390 kn za prikazati u planu za 2022. godinu.

Ukupno ostvareni rashodi prikazani su kao knjigovodstveni rezultat poslovanja u što ulaze svi realizirani troškovi, te troškovi amortizacije, ali ne ulazi imovina. Ukupno ostvareni izdaci predstavljaju sve isplate u prošloj godini, odnosno sve troškove, u što su uključeni i troškovi nabave imovine, ali nisu uključeni troškovi amortizacije. Dakle, ukupni rashodi istovjetni su knjigovodstvenim izvještajima, dok su ukupni izdaci prikazani kao novčani tijek.

Ukupno realizirani izdaci iznose 2.527.093 kn i ostvareni su sukladno izmjenama plana, te su u odnosu na 2020. godinu veći za 59%, a u odnosu na 2019. godinu, realizirani izdaci manji su za 45%.

Slijedi pojašnjenje ostvarenih aktivnosti po stavkama Programa rada i usporedba s prvotno planiranim iznosima koji su bili definirani programom za 2021. godinu, a koji su Izmjenama i dopunama programa rada odnosno rebalansom izmijenjeni i prilagođeni očekivanim rezultatima:

Od svih planiranih aktivnosti TZ-a, u najvećem obujmu ostvarene su aktivnosti za komunikaciju i oglašavanje s utrošenih 768.525 kn koji čine 30% svih ostvarenih aktivnosti i za 1% su manji od očekivanja odnosno rebalansa plana. U odnosu na 2020. godinu, to predstavlja povećanje od 89% te u odnosu na 2019. godinu smanjenje od 17%.

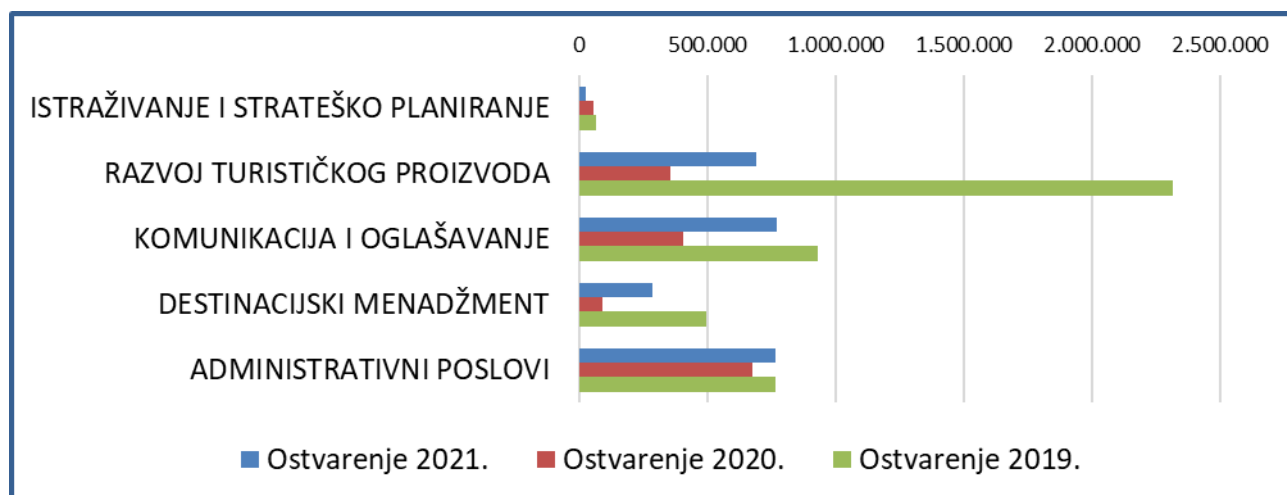
Slijede administrativni poslovi u iznosu od 760.342 kn koji čine također 30% ukupno ostvarenih rashoda, što je 2% više od rebalansa te 12% više od 2020., dok je u odnosu na 2019. godinu ostvaren gotovo isti rashod.

Treća stavka su aktivnosti za razvoj turističkog proizvoda s iznosom od 691.447 kn koji čine 27% svih ostvarenih aktivnosti i za 1% su manji rebalansa plana. To je gotovo duplo više od 2020. godine i za 70% manje od 2019. godine.

Četvrtu stavku čine aktivnosti za destinacijski menadžment s utrošenih 283.279 kn što je u skladu s očekivanjima a čini 11% ostvarenih aktivnosti. U odnosu na 2020. godinu, to predstavlja trostruko povećanje, a u odnosu na 2019. godinu smanjenje od 43%.

Posljednja odnosno peta stavka je aktivnost za istraživanje i strateško planiranje s iznosom od 23.500 kn koja čini 1% ostvarenih rashoda i za 2% su veći od rebalansa, dok su u odnosu na 2020. godinu manji za 56% i za 64% manji od 2019. godine.

Grafikon 6. Usporedni prikaz ostvarenih aktivnosti u 2021., 2020. i 2019. godini



Od pojedinačno ostvarenih aktivnosti prema Programu rada za 2021. godinu, prošle godine je najveći udio odnosno 23% svih rashoda utrošeno za realizaciju manifestacija u iznosu od 572.738 kn, što je 1% manje u odnosu na izmjene plana te duplo više u odnosu na 2020. godinu (72% manje od 2019. godine). Slijede rashodi za plaće djelatnika TZ-a u iznosu od 549.089 kn (22% ukupnih rashoda), što je 1% više u odnosu na izmjene plana. Na trećem mjestu su rashodi za turističko-informativne aktivnosti u iznosu od 286.918 kn i udjelom od 11% u ukupnim rashodima, zatim rashodi za uređenje destinacije sa 270.034 kn i udjelom od također 11% u ukupnim rashodima. Na petom mjestu su rashodi ureda sa 208.110 kn i učešćem od 8%, slijede aktivnosti marketinške i poslovne suradnje u iznosu od 128.755 kn i udjelom od 5% te aktivnosti za oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda s udjelom od također 5% odnosno 127.857 kn rashoda.

Svi ostali troškovi sudjeluju s udjelom od 5% ili manje i prikazani su u realizaciji plana.

	PLAN 2021	REBALANS	OSTVARENJE
<b>UKUPNO RASHODI</b>	<b>2.770.000 kn</b>	<b>2.509.662 kn</b>	<b>2.483.744 kn</b>

Detaljna razrada realiziranih aktivnosti pojašnjena je u nastavku ovog izvještaja, sukladno stavkama programa rada.

## 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Strateško planiranje obuhvaća izradu strateških, operativnih, komunikacijskih i akcijskih dokumenata, istraživanje i analizu tržišta kao i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.

Ukupno se za ovu stavku bio planiran iznos od 26.000 kn, a ostvareno je 23.500 kn, što predstavlja 1% ukupno realiziranih rashoda.

	PLAN 2021	REBALANS	OSTVARENJE
<b>UTROŠENA SREDSTVA</b>	<b>26.000 kn</b>	<b>23.000 kn</b>	<b>23.500 kn</b>

### 1.1. Izrada strateških/komunikacijskih dokumenata

Programom rada za 2021. godinu planirana je i ostvarena izrada komunikacijske i digitalne strategije destinacije Novigrad, s implementacijom novog brenda u planiranom i ostvarenom iznosu od 20.000 kn.

### 1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Ova aktivnost obuhvaća redovne analize tržišta, kretanje trendova i benchmarking, kao i analize koje će se izrađivati prema potrebi sustava za obavljanje raznih zadaća i projekata. Planom je bio predviđen iznos od 3.000 kn koji nije realiziran.

### 1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

U ovu stavku uvrštena je aktivnost povratne informacije o ulaganjima na svim razinama promocije, kao i razne ankete, a planirana je s iznosom od 3.000 kn. Ostvareno je 3.500 kn rashoda za mjerenje učinkovitosti oglasa na društvenim mrežama turističke zajednice (Visit Novigrad-Cittanova).

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Stavka razvoja turističkog proizvoda obuhvaća identifikaciju i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda, zatim sustave označavanja kvalitete turističkih proizvoda, podršku razvoju turističkih događanja, ulaganja u turističku infrastrukturu te podršku turističkoj industriji.

Planom su bila predviđena sredstva u iznosu od 620.000 kn, a ostvarena su u iznosu od 691.447 kn što predstavlja 27% ukupno realiziranih rashoda te 1% manje od izmjene plana.

	PLAN 2021	REBALANS	OSTVARENJE
<b>UTROŠENA SREDSTVA</b>	<b>620.000 kn</b>	<b>698.856 kn</b>	<b>691.447 kn</b>

### 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

U ovu stavku sadržane su aktivnosti za razvoj destinacijskih proizvoda, a podijeljena je na aktivnosti za razvoj ključnih proizvoda Klastera SZ Istre (za razvoj biciklizma, nogometa, tenisa, wellnesa, outdoor aktivnosti i gourmet proizvoda) i na aktivnosti razvoja proizvoda na nivou TZ Novigrada-Cittanova.

Ukupno predviđeni rashodi planirani su s iznosom od 87.000 kn a ostvareni su u iznosu od 102.771 kn te čine 4% ukupno realiziranih rashoda.

Za razvoj klusterskih proizvoda, planom su uglavnom bila predviđena sredstva na bazi ostvarenja iz 2020. godine, odnosno troškovi za funkcioniranje „hladnog pogona“. Međutim, kako je ipak ostvaren bolji promet od plana, ostvarene su manje aktivnosti za promociju definiranih proizvoda i održane tri eno-gastronomske manifestacije *Wine & Walk*.

Pojedinačno ostvareni zadaci prema aktivnostima:

#### 2.1.1. Razvoj proizvoda klaster

- Bike 20.233 kn
- Outdoor 15.348 kn
- Gourmet 20.951 kn

- Nogomet 25.000 kn

#### 2.1.2. Razvoj proizvoda destinacije Novigrad

- Novigradski suvenir 9.982 kn
- Potpora za rad Galleriona 10.010 kn
- Turistički razgled Novigrada 360 kn
- Put vinara 888 kn

### 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Za ovu stavku nisu realizirana sredstva koja su planirana s iznosom od 2.000 kn.

### 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Ukupno realizirane aktivnosti za provođenje manifestacija iznose 572.238 kn i čine 23% svih realiziranih rashoda. U odnosu na 2020. godinu, to je dvostruko više, dok su u odnosu na 2019. godinu troškovi manifestacija tek na 28%.

U 2021. godini kalendar događanja i manifestacija u organizaciji TZG-a bio je prilagođen specifičnim epidemiološkim okolnostima uslijed Covid-19 pandemije. Program je stoga bio koncipiran po principu manjih, repetitivnih događanja, kojima se animiralo goste Novigrada, ali uz izbjegavanje većih okupljanja.

U nastavku slijedu kratak izvještaj o održanim manifestacijama:

Tijekom srpnja, kolovoza i prve polovice rujna održavala se tako, u pravilu srijedom i subotom, **Glazba na svakom kutku**, večernji glazbeni nastupi nekoliko manjih glazbenih odnosno vokalnih sastava, istovremeno na više frekventnih lokacija u starogradskoj jezgri (Mandrač, Veliki trg, Mlinska ulica...). Glazbenim odabirom odnosno profilom izvođača nastojalo se zadovoljiti što šire glazbene afinitete naših gostiju, pa je glazbeni program obuhvaćao repertoar od urbane glazbe (rock, blues, pop...) preko vokalne i zborske glazbe, do tradicionalnih i zabavnih melodija.

U srpnju i kolovozu nedjelje su u pravilu bile rezervirane za **Večeri uličnih čarobnjaka** i nastupe limenih glazbi odnosno puhačkih orkestara. „Večeri uličnih čarobnjaka“ tradicionalni su, višegodišnji program u organizaciji našeg TZG-a, namijenjen u prvom redu animaciji naših najmlađih gostiju, s time da je u aktualnim epidemiološkim okolnostima program bio djelomično reduciran i prilagođen uvjetima. Izostale su tako veće statične predstave koje su inače okupljale velik broj publike na jednoj lokaciji, već su izvođači, ulični zabavljači različitih profila, nastupali u manjim grupama, održavali mobilne programe na više lokacija u starogradskoj jezgri, vodeći računa da se promjenama lokacije izbjegne (epidemiološki neprihvatljivo) okupljanje većeg broja publike. Sličan pristup imali su i **koncerti limenih glazbi (puhačkih orkestara)**, koje su održavale promenadne nastupe, kombinirajući glazbeni defile starogradskom jezgrom i povremena statična koncertiranja na nekoliko lokacija. Ovaj princip, osim što je bio epidemiološki opravdan, pokazao se dobrim i jer su izvođači tijekom večeri animirali različitu publiku na više različitih lokacija.

Osim ovih repetitivnih događanja, održano je od lipnja do listopada još nekoliko evenata, u kojima se TZG pojavio kao organizator, suorganizator ili pružatelj određenog suporta (logistički, promotivni, financijski, ili dr.).

U lipnju je tako na Velikom trgu 12. 6. održana **12. Međunarodna izložba povijesnih vozila / old timera** (organizator Old timer klub Eppur si muove, Umag), u Parku Novigradske biskupije 20. 6. održan je tradicionalni **Joga day** (organizator Udruga Amrit Sagar, Novigrad).

Krajem lipnja, 26. i 27. 6. održano je prvi put u Novigradu 8. **Državno prvenstvo mažoretkinja HUMT**-a. Natjecanje je okupilo gotovo 300-tinjak mažoretkinja iz 20-ak klubova iz svih krajeva Hrvatske. Program je otvoren prvoga dana svečanim defileom ulicama starogradske jezgre, predvođenim puhačkim orkestrom Naša sloga Babići, te predstavljanjem timova i revijalnim nastupom na Velikom trgu. U parku Muzeja Lapidarium održan je i prijem dobrodošlice za predstavnike i predstavnice organizatora i sudionika manifestacije, na kojem su im gradonačelnik Anteo Milos i direktorica TZG-a uručili prigodne poklone i poželjeli dobrodošlicu. Drugoga dana manifestacije uslijedilo je cjelodnevno natjecanje u novigradskoj sportskoj dvorani, koje je zaključeno dodjelom pehara i medalja najboljima u pojedinim kategorijama.

Mještani Dajle obilježili su 24. 6. dan svog sveca zaštitnika, **svetog Ivana Krstitelja**, s nekoliko sadržaja prilagođenih aktualnim epidemiološkim okolnostima i mjerama. U crkvi Svetog Ivana Krstitelja održana je sveta misa, u parku pored crkve kratkim nastupom predstavio se Novigradski ansambl gitara i mandolina, a zapaljen je i tradicionalni ivanjski krijes na moru. Organizatori su MO Dajla i Katedra ČS za glazbu Novigrad, a pokrovitelji Grad Novigrad-Cittanova i TZG.

U srpnju je 18. 7. održano 17. izdanje tradicionalne manifestacije **Slikarski ex tempore Novigrad-Cittanova**. Manifestacija se inače održava druge subote u lipnju, no zbog specifičnih epidemioloških okolnosti odgođena je za srpanjski termin, kada su epidemiološke prilike bile nešto povoljnije. Novigradski ex tempore održao se na novu temu, „Charming Novigrad“ (šarmantni Novigrad), što je i jedna od poruka uz novi brend Novigrada kao turističke destinacije. Ex tempore je okupio više od 40 sudionika iz Hrvatske, Italije i Slovenije, a ukupno je pečaćeno gotovo 60 slikarskih podloga. Stručni žiri odabrao je najbolje radove temeljem čega su dodijeljene nagrade (1. nagrada 5.000 kn, pokrovitelj Grad Novigrad; 2. nagrada 4.000 kn, pokrovitelj TZG; 3. nagrada 3.000 kn, pokrovitelj Neapolis d.o.o. Novigrad; 4. nagrada 2.000 kn, pokrovitelji Grad i TZG).

U srpnju su održana i dva **jazz koncerta** u suradnji s HGM Grožnjan (24. i 28. 7.). Koncerti su održani u Parku Novigradske biskupije, pri čemu je gornji plato parka bio prirodnom pozornicom za izvođače, a publika je uz poštivanje epidemioloških mjera smještena na donji, asfaltirani plato.

Održana je i tradicionalna eno-gourmet manifestacija **Che gusto** 29. 7. (suorganizatori: udruga Slow food Istra, ZT Novigrad, TZG Novigrada), koja je u atriju sjedišta novigradske Zajednice Talijana okupila niz malih proizvođača vina, piva i prehrambenih proizvoda iz Hrvatske, Italije i Slovenije.

Prvoga dana kolovoza održana je tradicionalna manifestacija 14. **Lunasa**, no i ona prilagođena specifičnim epidemiološkim uvjetima. Program je započeo prigodnom glazbenom kulisom uz zalazak sunca, koncertom flaute i gitare na rotondi ponad gradske plaže. Bilo je tu i znanstveno-popularno predavanje poznatog edukatora i astronoma Korada Korlevića u Parku Novigradske biskupije, a zbog loših vremenskih uvjeta (velika naoblaka) nije se nažalost mogla provesti predviđena aktivnost promatranja nebeskih tijela teleskopima. Pored ostalih sadržaja bila je tu i video-projekcija na zvoniku, 3D projekcija nebeskih tijela u Parku Novigradske biskupije te video projekcija na gradske zidine u Prolazu Venecija.

Koncept eventa i atmosfere slične Lunasi održan je i 15. 8. Zalazak sunca ispraćen je koncertom dua flauti na rotondi, bila je tu i video-projekcija na zvonik, 3D projekcija nebeskih tijela u Parku Novigradske biskupije te video projekcija na gradske zidine u Prolazu Venecija. Iste večeri posjetitelji su animirali i „ulični čarobnjaci“ te limena glazba Zajednice Talijana Buje.

U kolovozu je (2. 8.) u atriju Zajednice Talijana održan **Koncert Mira Ungara i Gypsy jazz banda**, u organizaciji i uz pokroviteljstvo TZG-a.

Kroz dva termina u kolovozu (5. i 13. 8.) održan je i **Festival uličnih čarobnjaka**, koji je također sadržajima i koncepcijom programa bio prilagođen epidemiološkoj situaciji (manji, mobilni programi i nastupi). Suorganizatori FUČ-a su pulska udruga Čarobnjakov šešir i TZG, koji je uz Grad Novigrad i Istarsku županiju i supokrovitelj eventa.

Od 19. do 27. kolovoza Novigrad je tradicionalno ugostio sajam domaćih proizvoda *Domaće je najbolje*, pri čemu se TZG pojavljuje kao suorganizator i logistički suport organizatorima iz udruge Fotografica, Varaždin.

Krajem kolovoza s nekoliko manjih sadržaja obilježen je **Dan grada i gradskog sveca zaštitnika svetog Pelagija**. Među ostalim, tradicionalno je u režiji TZG-a organizirana dodjela nagrada i priznanja vlasnicima najuređenijih okućnica i balkona, te po prvi puta i vlasnicima najuređenijih poslovnih prostora (bar, restoran i trgovina). U okviru obilježavanja, tijekom dva dana vikenda (28. i 29. 8.), organizirani su i manji prigodni animacijski sadržaji – *Glazba na svakom kutku*, nastupi limenih glazbi te *Večer uličnih čarobnjaka*, a realizirana je i atraktivna izložba starih plakata Fešta sv. Pelagija te video-projekcija duž cijelog poteza gradskih zidina u Prolazu Venecija (promotivni filmovi i fotografije Novigrada te drugi video materijali vezani uz Novigrad). U nedjelju 29.8. održan je koncert poznate američke blues pjevačice, Barbare Blue, koja je svojim energičnim nastupom razveselila publiku. Kao i uobičajeno, uz poštivanje epidemioloških mjera, održana su i razna sportska natjecanja i susreti.

Dodajmo kako su u srpnju i kolovozu, u dane kada TZG nije imao drugih događanja, u suradnji s ugostiteljima odnosno vlasnicima lokala na Velikom trgu organizirane glazbene večeri uz nastupe DJ-a i manjih glazbenih sastava (jazz trio i sl).

U prvoj polovici rujna održano je još nekoliko glazbenih sadržaja (Glazba na svakom kutku i nastupi limene glazbe).

Od 17. do 19. rujna održan je memorijalni turnir u podvodnom ribolovu u organizaciji novigradskog SRK Erik Radin, uz (su)pokroviteljstvo TZG-a.

U rujnu je 25. 9. održano i međunarodno plivačko natjecanje **Alpen Adria Swim Cup**. Riječ je o posljednjoj etapi u godišnjem kalendaru ovog međunarodnog natjecanja u plivanju na otvorenim vodama. Sudionici su se natjecali na šest staza različitih duljina unutar novigradskog akvatorija, pri čemu je start i cilj svih utrka bio na plaži Sirena podno hotela Aminess Maestral. Staze na 10.000 i 5.000 metara vodile su ukруг oko novigradskog zaljeva, sve do povijesne jezgre Novigrada te istim putem natrag. Na istoj su se dionici odvijala i natjecanja na 3.400 i 1.700 metara, pri čemu se ovdje plivalo u trokut. Bila je tu i kategorija „Svi plivaju“ na stazi duljine 500 metara, dok su za one najmlađe organizirane dječje utrke na 300 i 500 metara. Ovo atraktivno događanje okupilo je velik broj plivača, profesionalaca i rekreativaca. Alpen Adria Swim Cup organiziran je uz podršku novigradske Turističke zajednice i Aminess hotela i kampova.

U organizaciji SRK Erik Radin održano je 16. 10. Državno prvenstvo u podvodnom ribolovu, uz supokroviteljstvo TZG-a.

Posljednje subote u listopadu, 30. 10., održan je **Wine & walk by the sea**, tradicionalna rekreativna eno-gastronomska manifestacija, koja je u ovom izdanju okupila nešto više od 400 sudionika iz Hrvatske, Slovenije, Italije, Austrije, Njemačke, itd.. Na 12 km dugoj stazi sudionike je dočekalo šest okrijepnih stanica s ponudom vina i hrane te glazbenom odnosno scenskom animacijom te jedan punkt iznenađenja s ponudom rakija i animacijskim glazbeno-scenskim programom. Na tim wine & food punktovima sudionike su dočekale vinarije Moreno Ivančić, Stancija Fava, Ghira, Leonardo

Palčić, Vina Demark i Pervino te rakije Šegon, dok su se za hranu pobrinuli ugostitelji iz restorana Sergio, Kod Marice i Half 8 te konoba Nino i La Taverna, a slastice je pripremila pekara Ošo. Start i cilj bili su u Kastaniji, na prostoru Moto kluba Pirates, gdje je po završetku obilaska staze organiziran i manji after party za sudionike manifestacije uz glazbu uživo te prigodnu eno-gastronomsku ponudu. Organizator eventa je TZG uz podršku turističkog klastera SZ Istre.

#### **2.4. Turistička infrastruktura**

U ovu stavku uvršteni su troškovi uređenja i održavanja biciklističkih i pješačkih staza za što je utrošeno 11.395 kn, što je dvostruko više od prethodne 2020. godine te na 66% od utrošenih sredstava u 2019. godini.

#### **2.5. Podrška turističkoj industriji**

Realizirane aktivnosti od 4.544 kn utrošeno je za realizaciju i promociju turističke ponude privatnih subjekata povodom obilježavanja Svjetskog dana turizma.

### **3. KOMUNIKACIJE I OGLAŠAVANJE**

U ovu stavku uvrštene su sljedeće aktivnosti: definiranje branding sustava, oglašavanje, sajmovi i prezentacije, suradnja s organizatorima putovanja, kreiranje promotivnog materijala, kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka te turističko-informativne aktivnosti.

U ovoj stavci objedinjene su najbitnije aktivnosti koje je Turistička zajednica prošle godine provodila, a to se uglavnom odnosi na digitalni marketing u svrhu promocije destinacije Novigrad. Ukupno utrošena sredstva za komunikaciju i oglašavanje čine 30% ostvarenih rashoda te su tri puta veća u odnosu na 2020. godinu i dvostruko veća u odnosu na 2019. godinu.

	<b>PLAN 2021</b>	<b>REBALANS</b>	<b>OSTVARENJE</b>
<b>UTROŠENA SREDSTVA</b>	<b>966.000 kn</b>	<b>774.607 kn</b>	<b>768.525 kn</b>

#### **3.1. Definiranje branding sustava**

Ova stavka uključuje aktivnosti vezane uz definiranje i implementaciju branding sustava i brand arhitekture destinacije, sukladno projektu izrade brand identiteta destinacije Novigrad. U sklopu toga, realizirana je grafička priprema plakata, oglasa i dr. za implementaciju novog brenda na razne promotivne materijale za što je ukupno utrošeno 29.000 kn što čini 1% svih rashoda, a u odnosu na 2019. godinu to predstavlja 42% manje, dok u 2020. godini ove aktivnosti nisu realizirane.

#### **3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda**

U ovu stavku ulaze aktivnosti izbora tržišta i proizvoda koje su promovirane te definiranje kanala oglašavanja, zakup medijskog prostora, itd. Također, stavka uključuje troškove za posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima te prigodne kampanje, kao i offline i online oglašavanje te komunikaciju na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije.

Oglašavanje se provodilo u najvećoj mjeri na domaćem tržištu, zatim na njemačkom, austrijskom, talijanskom i slovenskom tržištu. U svim oglasima istaknute su posebnosti Novigrada kao turističke destinacije.

U stavku su uvršteni troškovi za opće oglašavanje (tisak, TV, radio) s iznosom od 45.290 kn, zatim troškovi za internet oglašavanje u iznosu 52.567 kn te troškovi kampanje za promociju novog brenda u iznosu 30.000 kn.

Ukupno ostvareni rashodi za oglašavanje iznose 127.857 kn te čine 5% svih rashoda. U odnosu na 2020. godinu to je trostruko više, a u odnosu na 2019. godinu duplo više utrošenih sredstava.

U nastavku slijedi kratak izvještaj o online kampanji za promociju novog brenda i destinacije Novigrad na društvenim mrežama:



- U studenom 2021. zabilježeno je **11.044** fanova na Facebooku te **2.544** pratitelja na Instagramu
- Zahvaljujući ulaganjima u kampanje na društvenim mrežama, **broj fanova na Facebooku porastao je za 37%, a na Instagramu za 25,8%** u odnosu na period prije početka kampanje (15/06)
- U usporedbi s istim periodom 2020. (15/06-23/09), Facebook je ostvario povećanje lajkova stranice za **623,7%**, a doseg stranice za **1.270%**
- Veliki skok u doseg stranice doživio je Instagram: **7.239%**
- Ulagalo se u kampanje zbog promocije novog brenda destinacije te kako bi se obje mreže oživjele jer su stagnirale u covid-uvjetima turizma i zbog nedostatka događanja u destinaciji
- Od svibnja do studenog **na Facebooku** se objavljivalo **prosječno 35 organskih objava mjesečno**, a **na Instagramu 15**, no ondje je veći fokus bio na story objavama
- Najveći broj pratitelja na Facebooku u jednom danu (187) dobili smo na *Dan Grada i zaštitnika Pelagija*, a na Instagramu dan nakon *Wine & Walk by the sea* zbog influencera
- Nastavkom aktivnosti (nagradni natječaj i kampanja za W&W) nastavljen je trend rasta broja fanova i lajkova na objave, što je obrazloženo u nastavku izvještaja
- **Facebook top objave** godine s dosegom **18 – 21K** bile su u uglavnom tijekom kampanje s nagradnim natječajem i kampanje za Wine&Walk by the sea
- **Instagram top objave** su uglavnom ostvarene u periodu ljetne kampanje, s dosegom **3 - 4.2K**

### 3.3. Odnosi s javnošću (PR)

Odnosi s javnošću odnose se na globalni i domaći PR, a uključuje PR aktivnosti na emitivnom i domaćem tržištu, posebne PR projekte, pressclipping i analizu medijskih i online objava na inozemnom i domaćem tržištu te studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ.

U ovu stavku uvrštene su aktivnosti za izradu stiliziranih Viber stickera Novigrada. Od studijskih putovanja za predstavnike medija realizirana su razna ugošćavanja novinara, fotografa i influencera. Tako je u Novigradu početkom lipnja boravio novinar austrijskog dnevnog lista Kurier Konrad Kramar i foto reporterka Gudrun Mayerhofer koji su objavili članak o destinaciji u navedenom tiskanom mediju i online, zatim ekipa austrijskog kanala ORF3 koja je u Novigradu snimala kadrove za dokumentarac „Snažne žene Habsburgovaca“, pa ekipa HRT-a koja je



početkom kolovoza snimila kratku reportažu o tijeku turističke sezone za emisiju Ljetna panorama, te niz fotografa (Damir Hoyka, Danijela Adler) i influencera za promociju destinacije na društvenim mrežama.

Ukupno realizirani troškovi iznose 45.910 kn te čine 2% ukupnih rashoda, što je gotovo trostruko više od 2020. godine te 46% više od 2019. godine.

### **3.4. Marketinške i poslovne suradnje**

Ove aktivnosti obuhvaćaju strateške projekte i marketinške suradnje s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl. a cilj ovih marketinških suradnji je jačanje prepoznatljivosti turističkog brenda kroz udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i predstavnicima turističke ponude.

TZG Novigrada-Cittanova sudjeluje s ostalim istarskim turističkim zajednicama Istre u provedbi i sufinanciranju Strateškog marketing plana kroz aktivnosti udruženog oglašavanja. Uz razne objave, TZ je u svibnju sudjelovala i na jednoj radionici za poljsko tržište - *Croatian Virtual Get2Gether Poland* u organizaciji predstavništva HTZ Poljska, kada je održana virtualna prezentacija Novigrada za agente i novinare Poljske. Ukupno je sudjelovalo 30 partnera.

Za navedene aktivnosti je TZ Novigrada sudjelovala sa 118.755 kn potpore. Osim toga, još je 10.000 kn sredstava dodijeljeno za sponzorstvo vrhunskom sportašu Giovanniju Cernogorzu.

Ukupno utrošena sredstva za ovu aktivnost iznosi 128.755 kn, što je 5% ukupnih rashoda i gotovo 60% su manje ostvarenih rashoda u odnosu na 2019. godinu

### **3.5. Sajmovi, prezentacije i radionice**

Zbog nepovoljne epidemiološke situacije u Hrvatskoj i Europi, i prošle su godine izostali sajmovi i prezentacije. Utrošeno je ukupno 10.358 kn za razna predstavljanja koja su održana u Novigradu u sklopu određenih događanja, dok je planirana prezentacija novog brenda i promotivnih filmova koja se trebala održati krajem godine nakon sjednice Skupštine odgođena.

Ukupno utrošena sredstva za prezentacije čine manje od 1% ukupnih rashoda i za 65% su manja u odnosu na predpandemijsku godinu.

### **3.6. Suradnja s organizatorima putovanja**

Za ovu je aktivnost ukupno utrošeno 4.690 kn za pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om. Obzirom da je zbog još aktualne epidemije Hrvatsku i Istru posjetilo manji broj novinara i agenata, utrošeno je i manje sredstava koja su uglavnom korištena za organizaciju vođenih posjeta Novigrada i ugošćavanja novinara i agenata.

Utrošena sredstva čine manje od 1% svih rashoda te su u odnosu na 2020. godinu duplo veća, a u odnosu na 2019. godinu manja za 47%.

### **3.7. Kreiranje promotivnog materijala**

U stavku su uvrštene aktivnosti grafičkog oblikovanja i tisak raznih brošura i drugih grafičkih materijala te izrada i otkup suvenira koji služe u promotivne svrhe. Obzirom da su zalihe promotivnih materijala bile dostatne zbog smanjenog turističkog prometa, odgođen je tisak plana grada i kulturnog vodiča, tisak mjesečnih programa događanja te mapa i vrećica, dok su ostvarene aktivnosti tiskanja bike karata, otkupa suvenira i promo materijala u ukupnom iznosu od 33.437 kn. Navedeni iznos čini 1% ostvarenih rashoda što je za četiri puta veći iznos nego 2020. godine, te 65% manji iznos od 2019. godine.

### **3.8. Internetske stranice**

Stavka podrazumijeva razvoj i održavanje web stranice, te upravljanje sadržajem na internetskim stranicama. Planom je definiran iznos za izradu nove web stranice destinacije Novigrad, međutim

njegova izrada je odgođena zbog novonastalih okolnosti i zajedničke odluke klastera o redizajnu klsterske web stranice, zbog čega je upitna izrada zasebne stranice koja bi u konačnici imala isti sadržaj. Realizirane aktivnosti odnose se na izradu webVR aplikacije interaktivne šetnje te marketinškog paketa za online promociju koja obuhvaća snimanje 7 (sedam) 360 fotografija iz zraka, a koja će biti sastavni dio web stranice destinacije te na godišnji zakup servera domene novigrad-cittanova.hr. Ukupno realizirana sredstva za web stranicu Novigrad iznose 32.225 kn što je gotovo šest puta više u odnosu na 2020. godinu i sedam puta više u odnosu na 2019. godinu.

Osim toga, programom rada su predviđena sredstva za održavanja klsterske web stranice koja je prošle godine imala ukupno 568.500 posjeta što je 38% više nego 2020. god. i 29% manje od 2019. god., te 940.570 pregleda što je 35% više od 2020. te 37% manje od 2019. godine. Sredstva sufinanciranja web stranice realizirana su u iznosu od 30.536 kn.

Ukupno je u ovoj stavci utrošeno 62.761 kn i čini 2% realiziranih rashoda, te je u odnosu na 2020. godinu to dvostruko više, dok je u odnosu na 2019. godinu to za 39% manje.

### **3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka**

U ovu stavku uključene su aktivnosti uspostavljanja detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji, zatim otkup sadržaja, fotografija, video materijala i ostalih podataka te priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi u regionalnu turističku zajednicu i HTZ.

Za izradu i otkup sadržaja za objave utrošeno je 3.293 kn - manje od predviđenih sredstva, zbog odgode izrade nove web stranice.

Za otkup fotografija utrošeno je 15.470 kn, a izrađene su fotografije od pojedinih održanih manifestacija (Prvenstvo mažoretkinja, proslava Dana grada, Wine & Walk), zatim ljetne fotografije s temom plaža, šetnica i dr., fotografije sportske dvorane, zimskog ugođaja u gradu za vrijeme božićnih blagdana te digitalizacija starih plakata od održanih Fešta sv. Pelagija od 1992. do 2006. godine.

Za otkup video materijala utrošeno je 20.075 kn a realizirano je 17 dodatnih kratkih promotivnih spotova za društvene mreže, video sa Wine & Walk manifestacije te animirani video novog brenda/logotipa destinacije Novigrad. Dovršen je i konašan promotivni film destinacije Novigrad u trajanju 3,5 min koji prikazuje Novigrad od zore do sumraka.

Ukupno je za ove aktivnosti utrošeno 38.838 kn što je 72% manje nego 2020. godine te 12% više nego 2019. godine, a predstavlja 2% ukupnih rashoda.

### **3.10. Turističko-informativne aktivnosti**

U stavku komunikacija i oglašavanje spadaju i turističko-informativne aktivnosti. One obuhvaćaju upravljanje TIC-evima odnosno svi troškovi za funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključujući i plaće turističkih informatora, te održavanje turističke signalizacije.

Ukupno je za navedene aktivnosti utrošeno 286.918 kn odnosno 11% svih rashoda, što je 67% više od 2020. godine te 38% više od 2019. godine.

#### **3.10.1. Turističko informativni centar (TIC)**

U sklopu TZG Novigrada-Cittanova djeluje Turističko informativni centar koji je otvoren cijele godine, a od lipnja do listopada zbog povećanja obujma poslovanja te cjelodnevnog rada ureda zaposlene su dvije sezonske djelatnice.

Poslovi TIC-a obuhvaćaju pružanje informacija i distribucije promotivnih i informativnih materijala gostima na info punktu, turističkim agencijama, smještajnim objektima i dr., zatim prijavu i odjavu gostiju unutar sustava eVisitor, evidentiranje objekata i prijava osoba koje borave u nekomercijalnom smještaju, naplatu turističke pristojbe na info punktu, evidentiranje izmjena u sustavu eVisitor, zatim informiranje članova Zajednice o novostima i informacijama vezanih uz zakonske regulative i turističke ponude, sudjelovanje u provedbi projekata i manifestacija u

organizaciji TZ-a, praćenje stanja zaliha promotivnih materijala, sudjelovanje u kreiranju sadržaja za web i društvene mreže, itd.

U Lučkoj kapetaniji – ispostava Novigrad, prošle godine nije zaposlen djelatnik za naplatu turističke pristojbe kao uobičajeno, jer je od travnja 2021. godine naplata turističke pristojbe u nautici bila moguća isključivo putem online portala. Naime, Hrvatska turistička zajednica je u srpnju 2020. u cilju digitalizacije procesa naplate paušalne turističke pristojbe u nautici razvila online portal <https://nautika.evisitor.hr/> koji osim opcije paušalnog plaćanja turističke pristojbe omogućuje plaćanje i prema broju noćenja.

Za navedene aktivnosti funkcioniranja TIC-a ukupno je utrošeno 199.464 kn što predstavlja 8% svih rashoda. Sredstva su veća su za 39% veća u odnosu na 2020. godinu i za 9% veća od 2019. godine, zbog povećanih rashoda usluga čišćenja, obzirom da je čistačica na bolovanju zbog operacije ramena te je angažiran obrt za održavanje čistoće.

### 3.10.2. Turistička signalizacija

Sredstva obuhvaćaju aktivnosti za postavljanje nove i zamjenu dotrajale ili uništene turističke (smeđe) signalizacije, ali i obnovu postojećih i postavljanje tabla dobrodošlice s novim brendom destinacije te održavanje i tisak plakata na svjetlećim info tablama odnosno city light-ima.

Ukupno utrošen iznos turističke signalizacije iznosi 80.853 kn i čini 3% ukupnih rashoda, što je tri puta više od utrošenih sredstava 2020. i 2019. godine. Razlog povećanja je vraćanje dijela tabla turističke signalizacije koja je uništena prilikom rekonstrukcije DC Novigrad-Poreč te izrada novih plakata na tablama dobrodošlice koja će biti postavljena ove godine.

### 3.10.3. Web kamere

U stavku turističko-informativne aktivnosti uvršteni su i troškovi održavanja web kamere na 4 lokacije: gradska riva Mandrač, glavni gradski trg, područje Porporele te gradska plaža Karpinjan. Ukupno realiziran rashod iznosi 6.600 kn.

## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Destinacijski menadžment usmjeren je na aktivnosti namijenjene većem razumijevanju i dobivanju podrške subjekata uključene u turističke aktivnosti te aktivnosti upravljanja kvalitetom u destinaciji i poticanje na očuvanje i uređenje okoliša.

Ostvareni rashodi za destinacijski menadžment iznose 283.279 kn i čine 11% ukupno realiziranih rashoda. Utrošena sredstva trostruko su veća od 2020. godine te za 53% manja od 2019. godine.

	PLAN 2021	REBALANS	OSTVARENJE
<b>UTROŠENA SREDSTVA</b>	<b>361.000 kn</b>	<b>283.000 kn</b>	<b>283.279 kn</b>

### 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije

Ova stavka podrazumijeva aktivnosti sudjelovanja u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima za što nisu realizirani rashodi.

### 4.2. Stručni skupovi i edukacije

Ova grupa poslova podrazumijeva edukativne radionice i seminare za predstavnike turističke industrije, edukativne radionice i seminare za djelatnike turističke zajednice te stručne skupove dionika turističke aktivnosti.

Utrošeno je 3.413 kn za održane edukacije što je manje od 1% svih rashoda, te 35% manje od 2020. i 43% manje od utrošenih sredstava 2019. godine.

### **4.3. Koordinacija i nadzor**

Stavka obuhvaća usklađivanje planskih aktivnosti i nadzor planskih i izvještajnih dokumenata lokalnih turističkih zajednica, a utrošeno je 1.524 kn.

### **4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji**

Stavka podrazumijeva sustav nagrađivanja i priznanje postignućima u turizmu, a rashodi su uglavnom utrošeni za tradicionalnu akciju nagrađivanja uređenih okućnica i balkona te nove nagrade za privatne subjekte (bar, restoran i trgovina), za što je ukupno utrošeno 8.308 kn, 11% više od 2020. godine te približno isto kao i 2019. godine.

### **4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije**

U svrhu poboljšanja uvjeta boravka gostiju u destinaciji, s ciljem unapređenja kvalitete urbanog prostora u starom gradu, u suradnji s Gradom planirana su sredstva za uređenje starogradske jezgre, odnosno za popločenje ulica u starom gradu. Međutim, zbog gospodarske krize i odgode projekta popločenja ulica, sredstva su prenamijenjena za sadnju drvoreda na glavnoj prometnici uz šetnicu prema Salveli te za postavljanje rasvjete na šetnici u Dajli. Ukupno je za ove investicije realizirano 199.168 kn, što predstavlja 8% ostvarenih rashoda, skoro osam puta više u odnosu na 2020. godinu kada su odgođene gotovo sve investicije te 34% manje od 2019. godine.

Nadalje, u navedenu stavku ulaze aktivnosti uređenja mjesta kroz suradnju sa subjektima javnog i privatnog sektora za bolje funkcioniranje i podizanje dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi. Sredstva su korištena za projekt kontrole i suzbijanja populacije galebova, za izradu i postavljanje kabina za presvlačenje na dvije plaže, za potrebe testiranja turista i za ostale potrebe u suradnji s Gradom i gradskim komunalnim poduzećem Neapolis što ukupno iznosi 40.065 kn i čini 2% rashoda. U odnosu na prethodnu 2020. godinu, to je 15% manje, a u odnosu na 2019. godinu, to je 38% manje.

Od ostalih aktivnosti za očuvanje i uređenje destinacije, sredstva su utrošena za ekološke akcije čišćenja okoliša i podmorja, čišćenje plaža, održavanja parkova i dr. za što se je utrošeno 30.801 kn, 1% ostvarenih rashoda te gotovo sedam puta više u odnosu na 2020. godinu, te 85% više u odnosu na 2019. godinu.

## **5. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

U administrativne rashode svrstani su svi poslovi ureda turističke zajednice kao ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada TZ-a što predstavlja 30% ukupno ostvarenih rashoda.

Turistički ured je tijekom 2021. godine efikasno obavljao sve stručne i administrativne poslove TZ-a sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutu TZG-a. Sukladno tome, Ured TZ-a provodio je sve potrebne poslove za izvršenje zadataka sukladno Zakonu i Programu rada TZ-a za 2021. godinu. U navedeno stavku svrstani su rashodi za plaće djelatnika, materijalne izdatke TZ-a te naknade za rad Tijela TZ-a.

Administrativni rashodi ostvareni su s iznosom od 760.342 kn, što je 12% više od 2020. godine te na nivou 2019. godine.

Od tog iznosa, 549.089 kn je utrošeno za plaće djelatnika, što je 1% više od rebelansa, zatim 135.708 kn izdataka za usluge, odnosno 11% više od rebalansa zbog više realiziranih troškova održavanja ureda (sanacija vanjskog zida zbog prokišnjavanja) i usluga održavanja službenog vozila. Slijede materijalni izdaci u iznosu od 22.378 kn, zatim troškovi sitnog inventara od 6.316 kn, nabava imovine u iznosu 4.005 kn, troškovi reprezentacije u iznosu 14.106 kn, premije osiguranja s ostvarenih 14.346 kn rashoda te ostali rashodi u iznosu 11.251 kn.

U navedenu stavku, spadaju i rashodi za rad Tijela TZ-a a ostvareni su s iznosom od 3.142 kn.

Prošle godine održane su dvije sjednice Turističkog vijeća, 3 sjednice Skupštine, 3 sastanka radne skupine za provedbu aktivnosti implementaciju brenda destinacije Novigrad te jedan sastanak radne skupine za pomoć Skupštini pri nadzoru nad poslovanjem turističke zajednice.

	PLAN 2021	REBALANS	OSTVARENJE
<b>UTROŠENA SREDSTVA</b>	<b>690.000 kn</b>	<b>742.746 kn</b>	<b>760.342 kn</b>

## **6. REZERVA**

Do 5% ukupnih planiranih prihoda može se predvidjeti kao rezerva. Rezerva se koristi za potrebe osiguranja likvidnosti te financiranja neplaniranih aktivnosti, ali sredstva rezerve nisu se koristila.

## **PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU**

Ukupno je ostvareno 579.209 kn viška prihoda nad rashodima koji uz preneseni višak iz 2020. godine u iznosu 731.184, ukupno čini 1.310.390 kn prijenosa viška koji će biti prikazan u planu prihoda za 2022. godinu.

## **ZAKLJUČAK:**

**Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova je u protekloj godini realizirala gotovo sve planirane aktivnosti koje je bilo moguće provoditi obzirom na epidemiološku i financijsku situaciju, a sukladno uputama i zaključcima sa sjednica Turističkog vijeća te Izmjenama i dopunama programa rada i financijskog plana za 2021. godinu koje je usvojila Skupština TZ-a.**

## Izvešće o izvršenju programa rada – Tablični prikaz

	PRIHODI	Plan 2021	Rebalans plana 2021	Realizacija 31.12.2021.	Indeks Realizacija/ Rebalans	Udio %
<b>1.</b>	<b>Izvorni prihodi</b>	<b>2.230.000</b>	<b>3.030.000</b>	<b>2.997.807</b>	<b>99</b>	<b>98%</b>
<b>1.1.</b>	<b>Turistička pristojba ukupno</b>	<b>1.950.000</b>	<b>2.710.000</b>	<b>2.673.917</b>	<b>99</b>	<b>87%</b>
1.1.1.	Turistička pristojba	1.850.000	2.480.000	2.480.286	100	81%
1.1.2.	Turistička pristojba iz nautičkog turizma	100.000	230.000	193.631	84	6%
<b>1.2.</b>	<b>Turistička članarina</b>	<b>280.000</b>	<b>320.000</b>	<b>323.890</b>	<b>101</b>	<b>11%</b>
<b>2.</b>	<b>Prihodi iz proračuna grada</b>	<b>130.000</b>	<b>62.000</b>	<b>62.000</b>	<b>100</b>	<b>2%</b>
<b>3.</b>	<b>Prihodi od sustava turističkih zajednica</b>	<b>40.000</b>	<b>40.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>4.</b>	<b>Prihodi iz EU fondova</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Prihodi od gospodarske djelatnosti</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>6.</b>	<b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>	<b>370.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>7.</b>	<b>Ostali prihodi</b>	<b>0</b>	<b>4.000</b>	<b>3.146</b>	<b>79</b>	<b>0%</b>
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.770.000</b>	<b>3.136.000</b>	<b>3.062.953</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>
	AKTIVNOSTI	Plan 2021	Rebalans plana 2021	Realizacija 31.12.2021.	Indeks Rebalans/ Plan 2021	Udio %
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>26.000</b>	<b>23.000</b>	<b>23.500</b>	<b>102</b>	<b>1%</b>
1.1.	Izrada strateških/komunikacijskih dokumenata	20.000	20.000	20.000	100	1%
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	3.000	0	0	0	0%
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	3.000	3.000	3.500	117	0%
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>620.000</b>	<b>698.856</b>	<b>691.447</b>	<b>99</b>	<b>27%</b>
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	87.000	101.258	102.771	101	4%
2.1.1.	<b>Razvoj proizvoda klaster</b>	<b>65.000</b>	<b>80.000</b>	<b>81.531</b>	<b>102</b>	<b>3%</b>
2.1.1.1.	Bike	15.000	20.000	20.233	101	1%
2.1.1.2.	Outdoor	10.000	15.000	15.348	102	1%
2.1.1.3.	Gourmet	15.000	20.000	20.951	105	1%
2.1.1.4.	Nogomet	25.000	25.000	25.000	100	1%
2.1.2.	<b>Razvoj proizvoda TZG</b>	<b>22.000</b>	<b>21.258</b>	<b>21.239</b>	<b>100</b>	<b>1%</b>
2.1.2.1.	Novigradski suveniri	5.000	10.000	9.982	100	0%
2.1.2.2.	Gallerion	7.000	10.010	10.010	100	0%
2.1.2.3.	Turistički razgled Novigrada	5.000	360	360	100	0%
2.1.2.4.	Put vinara	5.000	888	888	100	0%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	2.000	0	0	0	0%
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	487.000	580.990	572.738	99	23%
2.3.1.	<b>Zabavne manifestacije</b>	<b>330.000</b>	<b>363.293</b>	<b>355.593</b>	<b>98</b>	<b>14%</b>
2.3.1.1.	Lunasa	50.000	60.000	58.238	97	2%
2.3.1.2.	Čarobni Novigrad	20.000	0	0	0	0%
2.3.1.3.	Fešta Sv. Pelagija	100.000	103.000	102.991	100	4%
2.3.1.4.	Fešta Sv. Ivana Krstitelja Dajla	20.000	11.685	11.685	100	0%
2.3.1.5.	Glazba na svakom kutku	40.000	75.000	73.357	98	3%
2.3.1.6.	Prvomajski piknik	10.000	0	0	0	0%
2.3.1.7.	Večer uličnih čarobnjaka - Kids' day	30.000	42.668	42.668	100	2%
2.3.1.8.	Movie nights	30.000	0	0	0	0%
2.3.1.9.	Jazz Corner	20.000	23.940	19.690	82	1%
2.3.1.10.	Ostale zabavne manifestacije	10.000	37.000	36.018	97	1%
2.3.1.11.	Novigradske božićne radosti	0	10.000	10.946	109	0%
2.3.2.	<b>Kulturne manifestacije</b>	<b>40.000</b>	<b>35.784</b>	<b>33.784</b>	<b>94</b>	<b>1%</b>
2.3.2.1.	Slikarski ex-tempore	10.000	20.784	20.784	100	1%
2.3.2.2.	MFF: Novo kino Novigrad	5.000	0	0	0	0%
2.3.2.3.	Istria Folk Fest	5.000	0	0	0	0%
2.3.2.4.	Glazbene večeri u lođi Belveder	10.000	0	0	0	0%
2.3.2.5.	Ostale kulturne manifestacije	10.000	15.000	13.000	87	1%
2.3.3.	<b>Sportske manifestacije</b>	<b>59.000</b>	<b>61.690</b>	<b>62.245</b>	<b>101</b>	<b>2%</b>
2.3.3.1.	Alpen Adria Swim Cup	20.000	20.000	19.926	100	1%
2.3.3.2.	Istria Granfondo Family & Gourmet Tour	10.000	0	0	0	0%
2.3.3.3.	Novigrad-Cittanova Run	10.000	0	0	0	0%
2.3.3.4.	Transadriatica regata	0	0	0	0	0%
2.3.3.5.	Cheer leading camp	0	0	0	0	0%
2.3.3.6.	Prvomajski MTB maraton	0	0	0	0	0%
2.3.3.7.	Ostale sportske manifestacije	9.000	24.000	24.629	103	1%
2.3.3.8.	Prvenstvo mažoretkinja	10.000	17.690	17.690	100	1%

	AKTIVNOSTI	Plan 2021	Rebalans plana 2021	Realizacija 31.12.2021.	Indeks Rebalans/ Plan 2021	Udio %
<b>2.3.4.</b>	<b>Gastro manifestacije</b>	<b>33.000</b>	<b>92.670</b>	<b>93.523</b>	<b>101</b>	<b>4%</b>
2.3.4.1	Taste & Town	20.000	0	0	0	0%
2.3.4.2	Wine & Walk by the sea	0	75.000	75.854	101	3%
2.3.4.3	Park Food Fest	0	0	0	0	0%
2.3.4.4	Che gusto	10.000	17.670	17.669	100	1%
2.3.4.5	Ostale gastro manifestacije	3.000	0	0	0	0%
<b>2.3.5.</b>	<b>Ostale manifestacije</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>10.875</b>	<b>109</b>	<b>0%</b>
<b>2.3.6.</b>	<b>Potpore manifestacijama i projektima</b>	<b>15.000</b>	<b>17.553</b>	<b>16.718</b>	<b>95</b>	<b>1%</b>
2.3.6.1	Muzej Lapidarium - Arterija	5.000	7.553	7.550	100	0%
2.3.6.2	Ostalo	10.000	10.000	9.168	92	0%
<b>2.4.</b>	<b>Turistička infrastruktura</b>	<b>39.200</b>	<b>12.064</b>	<b>11.395</b>	<b>94</b>	<b>0%</b>
2.4.1.	Uređenje i održavanje biciklističkih staza	10.000	10.000	9.331	93	0%
2.4.2.	Uređenje i održavanje pješačkih staza	29.200	2.064	2.064	100	0%
<b>2.5.</b>	<b>Podrška turističkoj industriji</b>	<b>4.800</b>	<b>4.544</b>	<b>4.544</b>	<b>100</b>	<b>0%</b>
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>966.000</b>	<b>774.607</b>	<b>768.525</b>	<b>99</b>	<b>30%</b>
<b>3.1.</b>	<b>Definiranje brending sustava</b>	<b>30.000</b>	<b>29.000</b>	<b>29.000</b>	<b>100</b>	<b>1%</b>
<b>3.2.</b>	<b>Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda</b>	<b>122.000</b>	<b>126.000</b>	<b>127.857</b>	<b>101</b>	<b>5%</b>
3.2.1.	Opće oglašavanje (tisak, TV, radio)	42.000	46.000	45.290	98	2%
3.2.2.	Internet oglašavanje	50.000	50.000	52.567	105	2%
3.2.3.	Kampanja za promociju destinacije	30.000	30.000	30.000	100	1%
<b>3.3.</b>	<b>Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR</b>	<b>45.000</b>	<b>46.000</b>	<b>45.910</b>	<b>100</b>	<b>2%</b>
<b>3.4.</b>	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	<b>118.800</b>	<b>118.800</b>	<b>128.755</b>	<b>108</b>	<b>5%</b>
3.4.1.	Udruženo oglašavanje TZIŽ	118.800	118.800	118.755	100	5%
3.4.2.	Ostalo	0	0	10.000	0	0%
<b>3.5.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>	<b>10.000</b>	<b>15.000</b>	<b>10.358</b>	<b>69</b>	<b>0%</b>
<b>3.6.</b>	<b>Suradnja s organizatorima putovanja</b>	<b>8.000</b>	<b>5.000</b>	<b>4.690</b>	<b>94</b>	<b>0%</b>
<b>3.7.</b>	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>	<b>50.000</b>	<b>33.100</b>	<b>33.437</b>	<b>101</b>	<b>1%</b>
3.7.1.	Brošure i ostali tiskani materijali	34.000	13.100	13.425	102	1%
3.7.1.1	Bike karte	8.000	8.600	8.600	100	0%
3.7.1.2	Plan grada / Kulturni vodič	15.000	0	0	0	0%
3.7.1.3	Mjesečni programi	2.000	0	0	0	0%
3.7.1.4	Mape i vrećice	6.000	0	0	0	0%
3.7.1.5	Ostali tiskani materijali	3.000	4.500	4.825	107	0%
3.7.2.	Suvenir i promo materijali	16.000	20.000	20.013	100	1%
<b>3.8.</b>	<b>Internetske stranice</b>	<b>180.000</b>	<b>60.000</b>	<b>62.761</b>	<b>105</b>	<b>2%</b>
3.8.1.	Web stranica Novigrad	150.000	30.000	32.225	107	1%
3.8.2.	Web stranica klastera	30.000	30.000	30.536	102	1%
<b>3.9.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>	<b>140.000</b>	<b>55.000</b>	<b>38.838</b>	<b>71</b>	<b>2%</b>
3.9.1.	Izrada i otkup sadržaja za objave	20.000	10.000	3.293	33	0%
3.9.2.	Izrada i otkup fotografija	60.000	20.000	15.470	77	1%
3.9.3.	Izrada i otkup video materijala	60.000	25.000	20.075	80	1%
<b>3.10.</b>	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	<b>262.200</b>	<b>286.707</b>	<b>286.918</b>	<b>100</b>	<b>11%</b>
<b>3.10.1.</b>	<b>Troškovi TIC-a (funkcioniranje TIC-a uključujući plaće tur. informatora)</b>	<b>192.000</b>	<b>196.298</b>	<b>199.464</b>	<b>102</b>	<b>8%</b>
3.10.1.1	Izdaci za zaposlene	165.000	150.000	152.638	102	6%
3.10.1.2	Izdaci za usluge	7.000	22.000	21.928	100	1%
3.10.1.3	Materijalni izdaci	10.000	12.000	13.546	113	1%
3.10.1.4	Sitan inventar	2.000	4.540	3.750	83	0%
3.10.1.5	Nabava imovine	5.000	5.000	4.000	80	0%
3.10.1.6	Ostali rashodi	3.000	2.758	3.603	131	0%
<b>3.10.2.</b>	<b>Turistička signalizacija</b>	<b>63.000</b>	<b>83.209</b>	<b>80.853</b>	<b>97</b>	<b>3%</b>
3.10.2.1	Smeđa signalizacija	10.000	30.209	30.209	100	1%
3.10.2.2	Table dobrodošlice	50.000	50.000	48.053	96	2%
3.10.2.3	City lights - info table	3.000	3.000	2.591	86	0%
3.10.2.4	Ostalo (kulturni spomenici, pješačke staze i dr.)	0	0	0	0	0%
3.10.3.	Web kamera	7.200	7.200	6.600	92	0%
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>361.000</b>	<b>283.000</b>	<b>283.279</b>	<b>100</b>	<b>11%</b>
<b>4.1.</b>	<b>Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor</b>	<b>2.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>4.2.</b>	<b>Stručni skupovi, edukacije i benchmarking</b>	<b>10.000</b>	<b>2.000</b>	<b>3.413</b>	<b>171</b>	<b>0%</b>
<b>4.3.</b>	<b>Koordinacija i nadzor</b>	<b>2.000</b>	<b>2.000</b>	<b>1.524</b>	<b>76</b>	<b>0%</b>
<b>4.4.</b>	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji - nagrade i priznanja</b>	<b>7.000</b>	<b>9.000</b>	<b>8.308</b>	<b>92</b>	<b>0%</b>
<b>4.5.</b>	<b>Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije</b>	<b>340.000</b>	<b>270.000</b>	<b>270.034</b>	<b>100</b>	<b>11%</b>
4.5.1.	Uređenje destinacije	200.000	200.000	199.168	100	8%

	AKTIVNOSTI	Plan 2021	Rebalans plana 2021	Realizacija 31.12.2021.	Indeks Rebalans/Plan 2021	Udio %
4.5.2.	Uvođenje atrakcija	100.000	0	0	0	0%
4.5.3.	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	25.000	40.000	40.065	100	2%
4.5.4.	Ostalo (ekološke acije, svlačionice i dr.)	15.000	30.000	30.801	103	1%
<b>5.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>690.000</b>	<b>742.746</b>	<b>760.342</b>	<b>102</b>	<b>30%</b>
5.1.	Plaće	487.000	545.000	549.089	101	22%
5.2.	Materijalni troškovi	193.000	187.746	208.110	111	8%
5.2.1.	Izdaci za usluge	120.000	120.000	135.708	113	5%
5.2.2.	Materijalni izdaci	20.000	20.000	22.378	112	1%
5.2.3.	Sitan inventar	2.000	6.400	6.316	99	0%
5.2.4.	Nabava imovine	10.000	5.000	4.005	80	0%
5.2.5.	Reprezentacija	15.000	12.000	14.106	118	1%
5.2.6.	Premije osiguranja	14.000	14.346	14.346	100	1%
5.2.7.	Ostali rashodi	12.000	10.000	11.251	113	0%
5.3.	Tijela turističke zajednice	10.000	10.000	3.142	31	0%
<b>6.</b>	<b>REZERVA</b>	<b>107.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
	Greška u knjiženju sponzorstva	0	0	0	0	0%
	<b>UKUPNO</b>	<b>2.770.000</b>	<b>2.522.209</b>	<b>2.527.093</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
	Amortizacija		9.053	9.053	100	0%
	<b>SVEUKUPNO (knjigovodstveni prikaz - bez imovine)</b>	<b>2.750.000</b>	<b>2.509.662</b>	<b>2.483.744</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI - SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>0</b>	<b>626.338</b>	<b>579.209</b>	<b>92</b>	<b>23%</b>
	<b>PROKRIVANJE MANJKA/PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU</b>	<b>0</b>	<b>1.357.519</b>	<b>1.310.390</b>	<b>97</b>	<b>53%</b>

Novigrad, 1.3.2022.

Ur. broj 21/2022