



---

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA UMAGA**  
**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA ZA 2022. GODINU**

---

**Veljača, 2023.**

---

## S A D R Ž A J

### UVOD

Turistički promet i trendovi na svjetskom turističkom tržištu

### 1. VIZIJA I CILJEVI

1.1 Vizija

1.2 Ciljevi

### 2. PRIHODI

2.1 Izvorni prihodi

2.2 Prihodi od proračuna grada/županije i državnog proračuna

2.3 Prihodi od sustava turističkih zajednica

2.4 Preneseni prihod iz prethodne godine

2.5 Ostali prihodi

2.6 Ukupni prihodi

### 3. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

### 4. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

4.1 Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

4.2 Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

4.3 Podrška razvoju turističkih događanja

4.4 Turistička infrastruktura

4.5 Podrška turističkoj industriji

### 5. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

5.1 Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

5.2 Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

5.3 Marketinške i poslovne suradnje

5.4 Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

5.5 Suradnja s organizatorima putovanja

5.6 Kreiranje promotivnog materijala

5.7 Internetske stranice

5.8 Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

5.9 Turističko – informativne aktivnosti

### 6. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

6.1 Upravljanje kvalitetom u destinaciji

6.2 Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

**7. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

7.1 Plaće

7.2 Materijalni troškovi

7.3 Tijela turističke zajednice

**8. REZERVA**

**9. ZAKLJUČAK**

**Prilozi**

- Realizacija 2022.

## Uvod

Program rada Turističke zajednice Grada Umaga za 2022. godinu temeljio se na zakonskim aktima, smjernicama strateških i marketinških dokumenata, Programu rada Hrvatske turističke zajednice, te Marketing planu Turističke zajednice Istarske županije.

Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. stupio na snagu novi zakon koji uređuje sustav turističkih zajednica, Hrvatska turistička zajednica je izradila novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2022. godini:

- Snažan marketinški i promotivni nastup na ciljanim tržištima u svrhu ponovnog pozicioniranja nakon stvaranja uvjeta za nastavak putovanja
- Podrška manifestacijama koje su motiv dolaska u destinaciju van glavne sezone
- Modernizacija i totalni redizajn postojećeg weba
- Povećati turistički promet u ostalim mjesecima u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (outdoor, bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Umag Trophy, Sea Star Festival, Istria Wine & Walk, Colours of Tennis i sl.) koji su namijenjeni 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

U potpunosti su realizirani. Promatrajući 2022. godinu na području TZG Umag ostvareno je 32% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Vidljiv je očiti oporavak turističkog tržišta te je čak nadmašena i dosad rekordna 2019. godina za 4%. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Njemačka (26%), Slovenija (23%), Austrija (14%), Češka (7%) i Italija (6%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, rast broja noćenja je 38%, a prema broju noćenja redosljed je Njemačka (28%), Slovenija (18%), Austrija (15%), Češka (8%) i Italija (4%).

Turističke zajednice klastera su u 2022. godine nastavile s primjenom zajedničkog brendinga na svim novim/re izdanim promotivnim materijalima (MTB i cestovne bike karte, vrećice, Info bike table, kao i papirna galanterija za administrativne potrebe TZ-a).

Što se tiče e-marketinga fokus je bio na lansiranju nove web stranice, popunjavanje iste kvalitetnim sadržajem te rad na zadržavanju stečenih pozicija na glavnim pretraživačima i emitivnim tržištima.

U segmentu evenata koji su motiv dolaska u destinaciju održani su ATP Plava laguna Croatia Open Umag, Sea star festival, 100 milja Istre, Istarsko proljeće i Trofej Umag te serija međunarodnih nogometnih turnira za mlađe uzraste – Umag Trophy.

Turistička zajednica Grada Umaga koordinirala je aktivnosti vezane uz unapređenje boravka gostiju, organizaciju događanja, razvoj proizvoda i uređenje destinacije s nadležnim uredima u Gradu Umagu.

Poslovanje TZ Grada Umaga u predmetnom razdoblju odvijalo se u skladu s aktima Zajednice, odlukama Turističkog vijeća i Skupštine, a financijska sredstva utrošena su sukladno Programu rada i financijskom planu za 2022. godinu.

## Turistički promet

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2022. godini ostvareno je 29.507.116 noćenja odnosno 25% više noćenja nego u 2021. godini dok je istovremeno u 2022. godini realizirano 4.709.074 dolazaka ili 35% više nego u 2021. godini. Udio Turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 9,65%.

**Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag**

Zemlja	Dolazaka 2021.	Dolazaka 2022.	Indeks	Noćenja 2021.	Noćenja 2022.	Indeks
Ukupno domaći	18.747	29.184	156	74.808	101.172	143
Ukupno strani	330.529	487.122	147	2.074.202	2.739.482	132
<b>Sveukupno</b>	<b>349.276</b>	<b>516.306</b>	<b>148</b>	<b>2.149.010</b>	<b>2.846.654</b>	<b>132</b>

Izvor: Sustav E-visitor

Promatrajući 2022. godinu na području TZG Umag ostvareno je 32% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Ovaj rast broja noćenja rezultat je kvalitetne pripreme sezone, dobre komunikacije i pametnog oglašavanja na najvažnijim emitivnim tržištima. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta Njemačka (26%), Slovenija (23%), Austrija (14%), Češka (7%) i Italija (6%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, rast broja noćenja je 38%, a prema broju noćenja redosljed je Njemačka (28%), Slovenija (18%), Austrija (15%), Češka (8%) i Italija (4%).

Rast noćenja ostvaren je sa svih tržišta, što je bilo i za očekivati s obzirom na smirivanje situacije s Covidom.

U usporedbi sa 2019. godinom (nazovimo je posljednjom „normalnom“ turističkom godinom) ostvareno je 4% više noćenja. Ono što posebno veseli jest da je većina rasta ostvarena u periodima pred i posezone.

*Tablica 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag*

Zemlja	2022.	%	2021.	%	Indeks
Njemačka	751.095	26,39	647.636	30,14	115,97
Slovenija	645.797	22,69	503.778	23,44	128,19
Austrija	396.277	13,92	251.004	11,68	157,88
Češka	190.496	6,69	147.740	6,87	128,94
Italija	171.772	6,03	88.159	4,10	194,84
Hrvatska	107.172	3,76	74.808	3,48	143,26
Nizozemska	104.508	3,67	67.821	3,16	154,09
Poljska	90.302	3,17	76.213	3,55	118,49
Slovačka	78.097	2,74	55.693	2,59	140,23
Mađarska	61.795	2,17	46.755	2,18	132,17
Švicarska	40.613	1,43	27.542	1,28	147,46
Ostali	208.730	7,34	161.861	7,53	128,96
<b>Sveukupno</b>	<b>2.846.654</b>	<b>100</b>	<b>2.149.010</b>	<b>100</b>	<b>132</b>

Izvor: Sustav E-visitor

Situacija po tržištima pokazuje da smo sa svih najznačajnijih tržišta imali veliki porast, noćenja, koji je još izraženiji kada iz analize isključimo nekomercijalni smještaj koji je u „padu“ za 9%.

**Tablica 3. Ostvarenje noćenja po mjesecima u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag**

Mjeseci	2022.		2021.		IDX dol.	IDX noć.
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja		
Siječanj	1.737	9.319	719	6.478	242	144
Veljača	5.924	17.893	599	4.754	989	376
Ožujak	13.068	35.049	1.516	7.993	862	438
Travanj	31.001	97.790	4.108	16.210	755	603
Svibanj	43.415	150.281	9.347	42.152	464	357
Lipanj	94.804	447.684	47.526	223.344	199	200
Srpanj	123.983	787.920	101.773	657.992	122	120
Kolovoz	120.104	864.388	118.131	835.724	102	103
Rujan	60.505	357.828	50.875	300.361	119	119
Listopad	16.296	55.820	11.651	39.947	140	140
Studenj	3.050	13.012	1.526	7.427	200	175
Prosinac	2.419	9.670	1.505	6.628	161	146
<b>Ukupno:</b>	<b>516.306</b>	<b>2.846.654</b>	<b>349.276</b>	<b>2.149.010</b>	<b>148</b>	<b>132</b>

Izvor: Sustav E-visitor

Kretanje broja dolazaka i noćenja prema mjesecima prati situaciju s koronavirusom u prethodnoj godini. Vidimo da je u svim mjesecima ostvaren značajan rast broja dolazaka i noćenja.



**Tablica 4. Ostvarenje noćenja po vrsti objekta u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag**

Podvrsta objekta	2022.		2021.		IDX noć
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	
Hotel	147.791	608.741	87.612	407.898	149
Kamp	124.097	734.745	90.253	547.922	134
Objekti u domaćinstvu	73.453	468.473	55.456	367.634	127
Turističko naselje	70.354	376.621	44.407	270.209	139
Apartman, soba, kuća za odmor	27.351	151.288	21.757	122.915	123
Turistički apartmani	35.684	167.014	20.276	113.099	148
Hostel, prenoćište	12.811	68.318	5.260	36.418	188
Pansion	5.597	20.664	4.286	17.398	119
Kampiralište, kamp odmorište	7.314	29.742	5.513	21.661	137
Vikendica, kuća i stan stanovnika	11.854	221.048	14.456	243.856	91
<b>Ukupno:</b>	<b>516.306</b>	<b>2.846.654</b>	<b>349.276</b>	<b>2.149.010</b>	<b>132</b>

Izvor: Sustav E-visitor

Možemo vidjeti da sve komercijalne smještajne strukture također bilježe rast, za razliku od nekomercijalnog smještaja koji bilježi pad od 9%. Razlog je sigurno slabije prijavljivanje gostiju koji su svakako boravili u našoj destinaciji.

## 1. Vizija i ciljevi

### 1.1. Vizija

Klaster Sjeverozapadne Istre će imati reputaciju kao top klaster u Hrvatskoj zbog svoje raznovrsnosti i visoke razine kvalitete smještaja, rekreativnih objekata, tipične hrane i vina, jake tradicije i autentičnog gostoprimstva.

Bit će poznat 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 biti će ostvaren kroz sustav tematiziranih proizvoda/iskustava, koji će podržavati diferenciran razvoj turizma na obali i unutrašnjosti.

### 1.2. Ciljevi

Strateški ciljevi marketinške politike / dugoročni ciljevi:

- Produženje turističke sezone i produženje prosječnog boravka gosta
- Transformacija destinacije Umag iz ljetne odmorišne destinacije u cjelogodišnju destinaciju kroz strateške proizvode
- Jačanje suradnje privatnog i javnog sektora

Ciljevi marketinške politike u 2022.:

- Snažan marketinški i promotivni nastup na ciljanim tržištima u svrhu ponovnog pozicioniranja nakon stvaranja uvjeta za nastavak putovanja
- Podrška manifestacijama koje su motiv dolaska u destinaciju van glavne sezone
- Modernizacija i totalni redizajn postojećeg weba
- Povećati turistički promet u ostalim mjesecima u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (outdoor, bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Umag Trophy, Sea Star Festival, Istria Wine & Walk, Colours of Tennis i sl.) koji su namijenjeni 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

U potpunosti su realizirani.

## 2. PRIHODI

### 2.1. Izvorni prihodi

Turistička zajednica planirala je izvorne prihode za 2022. godinu u iznosu od 8.450.000 kn, od čega je 7.450.000 kn planirano od turističke pristojbe dok je 1.000.000 kn planirano od članarine. Budući da je turistička sezona premašila sva očekivanja ostvareni su prihodi veći od planiranih. Tako je od turističke pristojbe ostvareno 7.916.615 kn, što je za 6% više od planiranog, a od članarine 1.084.450 kn, što je za 9% više od planiranog. Od ukupno naplaćene turističke pristojbe 166.203 kn se odnosi na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu.

#### Realizacija izvornih prihoda:

Turistička pristojba = 7.916.615 kn

Članarina = 1.084.450 kn

### 2.2. Prihodi od proračuna grada/županije i državnog proračuna

Prihodi po ovoj stavci ostvareni su u iznosu od 600.000 kn, a odnose se na namjenske prihode iz proračuna grada Umaga za realizaciju manifestacije od značaja za destinaciju - Sea star festival. Prihodi su ostvareni temeljem Zamolbe za sufinanciranje manifestacije koja uvelike doprinosi razvoju i unapređenju imidža destinacije Umag. Prihodi su prvotno bili planirani na razini 550.000 kn, a realizirani su u iznosu od 600.000 kn što je za 9% više od planiranog.

#### Realizacija prihoda iz proračuna grada/županije i državnog proračuna:

Grad Umag = 600.000 kn

### 2.3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od sustava turističkih zajednica planirani su u iznosu od 450.000 kn, a ostvareni u iznosu od 420.000 kn, što je 93% planiranih veličina. Od ukupno ostvarenih prihoda po ovoj stavci, 350.000 kn predstavlja prihod od TZ Istarske županije za sufinanciranje manifestacije ATP Plava laguna Croatia Open Umag, a 70.000 kn se odnosi na prihod od HTZ-a iz Fonda za udružene turističke zajednice za projekt Influencer friendly destination.

**Realizacija prihoda od sustava turističkih zajednica:**

Hrvatska turistička zajednica = 70.000 kn

Turistička zajednica Istarske županije = 350.000 kn

**2.4. Preneseni višak iz prethodne godine**

Prijenos viška sredstava iz prethodne godine iznosi 5.692.906 kn i na razini je planiranog. Posljedica je racionalnog raspolaganja sredstvima u kriznoj situaciji, kao i dobrim rezultatima u godinama koje su prethodile pandemiji.

**2.5. Ostali prihodi**

Realizirani su u iznosu 71.915 kn i odnose se na naplaćenu štetu po polici osiguranja za automobilsku nesreću te prihode od humanitarne fešte Dan rajčice.

**2.6. Ukupni prihodi**

Ukupno ostvareni prihodi iznose 15.785.886 kn i za 8% su veći od planiranih prihoda. Rezultat su boljih turističkih rezultata od planiranih, kao i bolje naplate sredstava od turističke pristojbe te članarine.

### 3. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Budući da još nije donesena strategija razvoja turizma Republike Hrvatske nije se krenulo u izradu strategije razvoja turizma destinacije Umag. Iz tog razloga po ovoj stavci nisu utrošena sredstva u 2022. godini.

Istraživanje i analiza tržišta odnosi se na istraživanje precepcije destinacije Umag kod gostiju s njemačkog govornog područja i pribavljanje povratnih informacija od gostiju koji su posjetili destinaciju.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 70.000 kn

## 4. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Ukupno je za razvoj turističkog proizvoda u 2022. godini utrošeno 5.931.236 kn što je za 7% manje od planiranog.

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

Produžetak sezone, kao i zadovoljenje očekivanja, želja i potreba gostiju koji su odabrali upravo našu destinaciju za svoj odmor jedan je od primarnih zadataka turističke zajednice grada Umaga. Da bi se taj zadatak uopće mogao ostvariti nužno je kontinuirano kreirati i razvijati nove proizvode koji će "stvarati razliku" u odabiru određene destinacije za odmor. Tijekom 2022. godine nastavili su se u započeti projektni razvoj proizvoda: nogomet, outdoor, bike, tenis i gourmet na nivou klastera.

U okviru proizvoda Outdoor trasirano je i označeno 3 nove staze, napravljena je priprema karata te su iste i otisnute. Dovršen je i na web postavljen bike e-book koji sadrži sve potrebne informacije za naše bicikliste, održavane su i dodatno uređene sve biciklističke staze na području destinacije Umag. Dovršen je i na web postavljen gourmet e-book koji u sebi sadrži sve ponuđače s naše destinacije (restorani, vinari, uljari, medari i sl.). Za sve navedene aktivnosti utrošeno je ukupno 269.055 kn od planiranih 500.000 kn, što je 54% planiranih sredstava.

Osnovni razlog manjeg utroška sredstava jest prebacivanje Istria granfonda s planiranog listopada na travanj iduće godine radi ulaska u seriju utrka koje se boduju za Svjetsko amatersko prvenstvo u biciklizmu.

Ostvareni cilj aktivnosti su razvoj i marketing destinacije kroz permanentni razvoj proizvoda Outdoor, Bike, Gourmet i Tenis kao proizvoda u kojima imamo komparativnu prednost u odnosu na druge destinacije što potvrđuje uvrštavanje u renomirane tuzemne i međunarodne vodiče i online platforme te konstantan porast broja turista u svim navedenim proizvodima.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i Istra DMC

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 269.055 kn

### 4.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Fokus je na turističku industriju i suradnju s predstavnicima turističke ponude u destinaciji. U suradnji s udrugom privatnih iznajmljivača održane su radionice u svrhu poboljšanja kompetencija privatnih iznajmljivača.

Ostvareni ciljevi aktivnosti jesu iznajmljivači koji mogu na kvalitetniji način predstaviti destinaciju gostu što svakako utječe na zadovoljstvo gostiju.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 10.000 kn

### 4.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Turistička događanja (manifestacije/eventi) predstavljaju vrlo važan dio turističke ponude destinacije Umag te je potrebno zajednički raditi na unapređenju postojećih te organiziranju novih. Strategija razvoja evenata uključuje zajednički razvoj (privatni i javni sektor) i komercijalizaciju evenata s krajnjim ciljem stvaranja motiva dolaska gostiju u destinaciju Umag upravo zbog odražavanja pojedinog eventa, s naglaskom na evente koji se održavaju izvan glavne sezone.

Turistička zajednica grada Umaga organizira, suorganizira ili podupire evente koji jesu, ili imaju tendenciju postati, motiv dolaska u destinaciju te one kojima je osnovni cilj zabava gostiju koji se već nalaze u destinaciji.

U 2022. godini održano je 30-ak manifestacija na kojim je TZG Umag bila organizator, suorganizator ili podupiratelj. Neke od najvažnijih su:

- ATP Plava laguna Croatia Open Umag
- Sea star festival
- Ultratrail utrka 100 milja Istre
- Serija međunarodnih nogometnih turnira za uzraste od 8-13 godina – Umag Trophy
- Profesionalne biciklističke utrke Trofej Umaga i Istarsko proljeće
- Istria wine and walk
- ACR musifest
- Champions bowl – završnica serije svjetskih teniskih turnira za mlađe uzraste
- HO HO HO Run
- Ljetni zabavni program

Možemo zaključiti da je 2022. bila godina punog povratka organiziranih manifestacija nakon pandemije.

Ostvareni ciljevi aktivnosti odnose se na činjenicu da su navedene manifestacije motiv dolaska u destinaciju kao i veliki generator promocije i marketinga na stranim tržištima za destinaciju Umag.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i partneri

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 5.337.184 kn

#### **4.4. Turistička infrastruktura**

U 2022. godini zamijenjena je dotrajala turistička signalizacija te popravljene bike postaje za samostalnu popravku bicikala. Također su postavljeni smjerokazi na biciklističke staze gdje su ili bili dotrajali ili uklonjeni. Također je uređen dio plaže Vila Rita.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 299.997 kn

#### **4.5. Podrška turističkoj industriji**

U 2022. godini utrošeno je 15.000 kn kao potpora studijskom putovanju u svrhu programa Influencer friendly destination.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 15.000 kn



## 5. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Za komunikaciju i oglašavanje je u 2022. godini utrošeno 2.466.645 kn što je za 16% manje od planiranog iznosa.

### 5.1. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Ukupno utrošena sredstva za ovu stavku iznose 1.097.151 kn što je na nivou planiranog. Oglašavanje je obavljeno po slijedećim kanalima:

- Udruženo oglašavanje s ponuđačima smještaja u destinaciji
- Oglašavanje kroz Internet kampanje udruženo s Klasterom SZ Istre
- Samostalno oglašavanje na portalima, u publikacijama i manifestacijama

Ostvareni ciljevi aktivnosti su ogroman doseg koji smo dobili kroz podjelu budgeta na različite kanale oglašavanja. Pogotovo je bilo bitno uložiti sredstva u SEO optimizaciju i Google Adwordse kako bi se nova web stranica pozicionirala i kako ne bismo izgubili dobre pozicije koje smo držali.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 1.097.151 kn

### 5.2. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

U 2022. godini smo na domaćem tržištu imali suradnju s radijima Eurostar i Istra te portalima nacionalne Nova TV. Na međunarodnom tržištu odradili smo PR članke koje smo plasirali putem mreže predstavništava HTZ-a na tržištima Slovenije, Italije i Austrije. Odradili smo i dva studijska putovanja (Mađarska/Italija) preko TZ Istarske županije i HTZ-a.

Utrošeno je ukupno 113.295 kn što je na 54% planiranog iznosa.

Ostvareni ciljevi aktivnosti su povećanje prisutnosti u medijima te rast imidža destinacije kao poželjne.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 113.295 kn

### 5.3. Marketinške i poslovne suradnje

Oglašavanje u kamping vodičima u kojim se nalaze i objekti iz naše destinacije te sudjelovanje u pokrivanju dijela troškova produkcije „Kamperom kroz Hrvatsku“ u sklopu koje je prikazan i naš kamp Stella maris.

Utrošeno je ukupno 100.000 kn koliko je i planirano.

Ostvareni ciljevi aktivnosti su povećanje prisutnosti u medijima te rast imidža destinacije kao poželjne.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 100.000 kn

### 5.4. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

U 2022. godini sudjelovali smo kao izlagači na sajmu u Ljubljani – Alpe Adria, zajedno s ostalim destinacijam klastera SZ Istre. Također smo sufinancirali manifestaciju Dani Istre u Beogradu na kojoj je prezentirana gourmet ponuda naše destinacije.

Ostvareni ciljevi aktivnosti su povećanje prisutnosti u medijima te rast imidža destinacije kao poželjne.

Utrošeno je ukupno 100.000 kn koliko je i planirano.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 100.000 kn

### 5.5. Suradnja s organizatorima putovanja

U 2022. godini sufinancirali smo studijska putovanja prvenstveno vezana za sportski turizam. Ugostili smo agente koji se bave sportskim pripremama a koji su bili u obilasku smještajnih i sportskih kapaciteta naše destinacije.

Ukupno je utrošeno 30.349 kn.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 30.349 kn

## 5.6. Kreiranje promotivnog materijala

TZG Umag je i u 2022. godini radio na kreiranju novog promotivnog materijala za objavu na web stranici, društvenim mrežama te u tiskanom materijalu. Dopolnjena je galerija fotografija, obavljen je dotisak planova grada i image kataloga te biciklističkih karti. Utrošeno je 150.000 kn što je na razini planiranog.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 150.000 kn

## 5.7. Internetske stranice

Razvoj i održavanje internetske stranice [www.coloursofistria.com](http://www.coloursofistria.com) i svih njenih pod stranica je kontinuiran zadatak koji TZG Umag provodi zajedno s Istra DMC i ostalim dionicima klastera. Utrošeno je 200.000 kn što se većim dijelom odnosi na plaćanje našeg dijela troška izrade nove web stranice koja je puštena u rad.

Manji dio troška odnosi se na održavanje i SEO optimizaciju te naknadne dorade koje nisu bile previđene inicijalnim planom (webshop).

Ostvareni ciljevi aktivnosti odnose se na izradu potpuno nove web stranice s obzirom na zastarjelost i tehnologije i vizuala prethodne web stranice koja ima već 11 godina. Sa završetkom projekta dobili smo potpuno novu, modernu, intuitivniju web stranicu te ćemo generirati još veću posjećenost, a posljedično i priljev gostiju.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag i Istra DMC

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 200.000 kn

## 5.8. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Utrošeno je 10.000 kn od planiranih 50.000 kn za dopunu tekstova u gourmet i bike e-booku te prijevod istih.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 10.000 kn

## 5.9. Turističko-informativne aktivnosti

TZG Umag upravlja s dva turističko-informativna centra (TIC) u Umagu i Savudriji. TIC Umag radi kroz cijelu godinu, dok je TIC Savudrija sezonskog karaktera (travanj – rujan). TIC Savudrija ove godine nije otvoren zbog nepoznanica vezano za pandemiju te su samo održavani troškovi hladnog pogona (telefon koji je preusmjeren). Kroz TIC-eve u sezoni prođe veliki broj turista koji su u potrazi za informacijama i promo materijalima.

U 2022. godini utrošeno je 665.850 kn što je za 17% manje od planiranog. U toj se stavci nalaze bruto plaće informatora, najam prostora i režijski troškovi. S obzirom na nesigurnu situaciju ove godine nismo zapošljavali sezonske djelatnike već su teret podnijeli stalno zaposleni.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 665.850 kn

---

## **6. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**

### **6.1. Upravljanje kvalitetom u destinaciji**

Suradnja s Udrugom privatnih iznajmljivača Sjeverozapadne Istre na modernizaciji web portala i održavanju radionica radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji. Utrošeno je 25.000 kn, a planirano je 50.000 kn.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 25.000 kn

### **6.2. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša**

Utrošeno je 10.000 kn u uređenje sportskih terena za serijal nogometnih turnira Umag Trophy. Planirano je bilo 50.000 kn za uređenje.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 10.000 kn

## 7. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Turistička zajednica Grada Umaga tijekom 2022. godine efikasno je obavljala sve stručne i administrativne poslove Zajednice, a sve sukladno čl. 9. Statuta Turističke zajednice Grada Umaga.

Direktor Turističke zajednice tijekom 2022. godine zastupao je Turističku zajednicu, organizirao i rukovodio radom i poslovanjem Turističke zajednice, provodio odluke Turističkog vijeća i bio odgovoran za poslovanje zajednice i zakonitost rada Turističke zajednice, a sve poštujući odredbe čl. 43. Statuta Turističke zajednice Grada Umaga. Osim svega gore navedenog, direktor TZ Grada Umaga i djelatnici svakodnevno su provodili zadatke utvrđene programom rada Zajednice, obavljali stručne i administrativne poslove u vezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice te su se bavili izradom i izvršavanjem akata tijela Zajednice, obavljali pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, vodili evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice, izrađivali analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice, davali tijelima Zajednice i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice te obavljali druge poslove koje su im odredila tijela Zajednice. Također, TZ Grada Umaga je svakodnevno komunicirala i surađivala s Gradom Umagom, uredom TZIŽ, Odjelom za turizam TZIŽ, Istarskom Županijom, Glavnim uredom HTZ-a, Ministarstvom turizma, turističkim zajednicama klastera, strukovnim udrugama u turizmu, hotelskim kompanijama, turističkim agencijama, policijskom upravom, graničnom policijom, lučkom kapetanijom, lučkom upravom, marinama, srednjoškolskim i visokoškolskim ustanovama, i ostalim institucijama javnog i privatnog sektora u Istri, Hrvatskoj i inozemstvu. TZ Grada Umaga koordinirala je aktivnosti vezane uz unaprjeđenje boravka gostiju, organizaciju događanja, razvoj proizvoda i uređenje destinacije s nadležnim uredima u Gradu Umagu.

### 7.1. Plaće

Plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Umaga bez zaposlenih u TIC-u iznosile su 401.765 kn što je za 11% manje u odnosu na planirani iznos.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 401.765 kn

### 7.2. Materijalni troškovi

Materijalni troškovi se odnose na sve troškove potrebne za funkcioniranje ureda turističke zajednice (režijski troškovi, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, nabava

opreme i održavanje, stručno usavršavanje zaposlenika, održavanje vozila, gorivo, reprezentacija, troškovi platnog prometa, troškovi poštarine, javnobilježnički troškovi i sl.).

U 2021. godini utrošeno je ukupno 449.300 kn što je za 10% manje od planiranog iznosa.

Nositelj aktivnosti: TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 449.300 kn

### 7.3. Tijela turističke zajednice

#### SKUPŠTINA TZG Umag

Tijekom 2022. godine održale su se 2 (dvije) sjednice Skupštine koje su na dnevnom redu imale zakonom propisane zadaće koje Skupština TZG Umag mora obavljati (čl. 15. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20)).

Sjednica Skupštine, 05. travnja 2022.

#### DNEVNI RED:

1. Zapisnik sa 29. e-sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga od dana 31. 12. 2021. godine
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Rezidencije Skiper:
  1. za izbor novog člana Vijeća Turističke zajednice grada Umaga
  2. Razmatranje i usvajanje prijedloga Izvješća o realizaciji Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2021. godinu
  3. Razmatranje i usvajanje prijedloga Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2021. g.
  4. Razmatranje Izvješća Finum revizije o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2021. g., te njegovo usvajanje
  5. Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o reviziji financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2021.

---

Sjednica Skupštine, 13. prosinca 2022.

**DNEVNI RED:**

1. Zapisnik sa 30. e-sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga od dana 05. 04. 2022. godine
2. Razmatranje i usvajanje Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2022.
3. Razmatranje i usvajanje Programa rada Turističke zajednice za 2023. godinu sa Financijskim planom, te donošenje Odluke o njegovom izvršenju
4. Izbor revizorske kuće za obavljanje revizije financijskih izvješća za 2022.
5. Tekuća pitanja

**TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag**

Tijekom 2022. godine održalo se 5 (pet) sjednica Turističkog vijeća TZG Umag koje su, između ostalog, kao dnevni red imale zakonom propisane zadaće koje Turističko vijeće TZG Umag mora obavljati (čl. 17. i 18. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20)).

Sjednica Turističkog vijeća, 08. ožujka 2022.

**DNEVNI RED:**

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o realizaciji Programa rada Turističke zajednice grada Umaga za 2021. godinu
6. Razmatranje Izvješća o radu direktora turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga u 2021., te njegovo usvajanje
7. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvješća o radu Turističkog vijeća u 2021. g.
8. Razmatranje Izvješća Finum revizije o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2021. g., te njegovo usvajanje
9. Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o reviziji financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2021.



10. Usklađivanje Pravilnika o unutarnjem ustroju i sistematizaciji radnih mjesta prema Pravilniku o posebnim uvjetima koje moraju ispunjavati zaposleni u turističkim zajednicama
11. Donošenje Odluke o raspisivanju javnog natječaja za izbor direktora Turističke zajednice grada Umaga
12. Tekuća pitanja.

Sjednica Turističkog vijeća, 27. travnja 2022.

DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice
2. Donošenje Odluke o imenovanju direktora Turističke zajednice grada Umaga
3. Dodatni zahtjevi za sufinanciranje manifestacija
4. Sufinanciranje dodatnih timova HMP u sezoni 2022.
5. Tekuća pitanja.

Sjednica Turističkog vijeća, 28. lipnja 2022.

DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice
2. Razmatranje i donošenje Odluke o sudjelovanju Turističke zajednice grada Umaga u SMPI 2022.
3. Razmatranje i donošenje Odluke o sufinanciranju dodatnog djelatnika MUP-a za izdavanje radnih dozvola
4. Informacija o turističkom prometu
5. Tekuća pitanja.

Sjednica Turističkog vijeća, 10. studenog 2022.

DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga o visini turističke pristojbe u 2024. godini

3. Razmatranje i Odluka o sudjelovanju u SMP Istre za 2023. godinu
4. Razmatranje i Odluka o sufinanciranju manifestacija za 2023. godinu
5. Rasprava o problematici sufinanciranja Hitne medicinske pomoći
6. Tekuća pitanja.

Sjednica Turističkog vijeća, 29. studenog 2022.

**DNEVNI RED:**

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice
2. Utvrđivanje prijedloga Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2022.
3. Utvrđivanje prijedloga Programa rada Turističke zajednice za 2023. godinu sa Financijskim planom
4. Tekuća pitanja.

Nositelj aktivnosti: Turističko vijeće TZG Umag

Rok realizacije: siječanj - prosinac 2022.

Utrošena sredstva: 27.080 kn

## 8. REZERVA

Sukladno Metodologiji i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada Ministarstva turizma i sporta od 10. studenog 2020. planirana rezerva može iznositi do 5% ukupno planiranih prihoda za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti. Rezerva se može alocirati odlukom Turističkog vijeća TZG Umag na pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti.

Budući da se racionalno raspolagalo sredstvima nije bilo potrebe koristiti rezervu te je taj iznos pribrojen u preneseni višak za korištenje u idućoj godini.

---

## 9. ZAKLJUČAK

### FINANCIJSKI REZULTAT

U 2022. godini ostvareno je 10.092.980 kn prihoda, što uz preneseni višak od 5.692.906 kn čini ukupan prihod od 15.785.886 kn. Ukupno ostvaren rashod iznosi 9.381.026 kn. Financijski rezultat za 2022. godinu iznosi 6.404.861 kn viška prihoda nad rashodima raspoloživ u slijedećem razdoblju.

Ciljevi postavljeni u Godišnjem programu rada za 2022. u potpunosti su ostvareni.

Turistička zajednica Grada Umaga koordinirala je aktivnosti vezane uz unapređenje boravka gostiju, organizaciju događanja, razvoj proizvoda i uređenje destinacije s nadležnim uredima u Gradu Umagu.

Poslovanje TZ Grada Umaga u predmetnom razdoblju odvijalo se u skladu s aktima Zajednice, odlukama Turističkog vijeća i Skupštine, a financijska sredstva utrošena su sukladno Godišnjem Programu rada za 2022. godinu

**REALIZACIJA 2022.**

Red.br.	PRIHODI	Plan 2022.	Rebalans	Ostvarenje 2022.	Indeks	
					Ostv./Rbl 22	Ostv./Rbl 22
1.	Izvorni prihodi	6.750.000	8.450.000	9.001.065		107
1.1.	Turistička pristojba	6.000.000	7.450.000	7.916.615		106
1.2.	Članarina	750.000	1.000.000	1.084.450		108
2.	Prihodi iz proračuna gradnjažupanije i državnog proračuna	500.000	550.000	600.000		109
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	200.000	450.000	420.000		93
4.	Prihodi iz EU fondova	0	0	0		0
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	0	0	0		0
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	5.035.086	5.035.086	5.692.906		113
7.	Ostali prihodi	40.000	118.000	71.915		61
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>12.525.086</b>	<b>14.603.086</b>	<b>15.785.886</b>		<b>108</b>
Red.br.	AKTIVNOSTI	Plan 2022.	Rebalans	Ostvarenje 2022.	Indeks	
					Ostv./Rbl 22	
1.	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	170.000	70.000	70.000		100
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	100.000	0	0		0
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	50.000	50.000	50.000		100
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	20.000	20.000	20.000		100
2.	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	6.450.000	6.344.000	5.931.236		93
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	700.000	500.000	269.055		54
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	70.000	50.000	10.000		20
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	5.330.000	5.444.000	5.337.184		98
2.4.	Turistička infrastruktura	300.000	300.000	299.997		100
2.5.	Podrška turističkoj industriji	50.000	50.000	15.000		30
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	3.900.000	2.950.000	2.466.645		84
3.1.	Definiranje branding sustava i brand arhitekture	0	0	0		0
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	1.850.000	1.100.000	1.097.151		100
3.3.	Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)	200.000	200.000	113.295		57
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	100.000	100.000	100.000		100
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	200.000	150.000	100.000		67
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	100.000	100.000	30.349		30
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	200.000	150.000	150.000		100
3.8.	Internetne stranice	300.000	300.000	200.000		67
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	50.000	50.000	10.000		20
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	900.000	800.000	665.850		83
4.	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	250.000	120.000	35.000		29
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /e/visitor	50.000	20.000	0		0
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	100.000	50.000	25.000		50
4.3.	Poticanje na oćuvanje i uređenje okoliša	100.000	50.000	10.000		20
5.	<b>CLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	0	0	0		0
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0	0	0		0
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0	0	0		0
6.	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	1.086.000	980.000	878.144		90
6.1.	Plaća	450.000	450.000	401.765		89
6.2.	Materijalni troškovi	600.000	500.000	449.300		90
6.3.	Tijela turističke zajednice	36.000	30.000	27.080		90
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavnika/ispostava	0	0	0		0
7.	<b>REZERVA</b>	669.086	0	0		0
8.	<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>	0	0	0		0
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>12.525.086</b>	<b>10.464.000</b>	<b>9.381.026</b>		<b>90</b>
	<b>PRUENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU</b>		<b>4.139.086</b>	<b>6.404.861</b>		<b>155</b>

