



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

Izvještaj o izvršenju programa rada Turističke zajednice grada Novigrada – Cittanova za 2022. godinu

Novigrad, veljača 2023.

UVOD

U odnosu na protekle dvije godine koje su bile obilježene pandemijom i restriktivnim mjerama kod putovanja, turistička kretanja u prošloj 2022. godini nisu bila toliko uvjetovana epidemiološkom situacijom, ali je početak godine ipak bio neizvjestan zbog početka rata u Ukrajini. Posljedično, Europu, ali i cijeli svijet, zahvatila je recesija te je bilo nemoguće predvidjeti kako će se odvijati turistički promet.

Međutim, 2022. godina bila je iznimno uspješna te je ostvaren čak i bolji turistički promet od predpandemijske 2019. godine. Kad su ukinute restriktivne mjere na proljeće i čim su turisti mogli bezuvjetno putovati, uvidjelo se da će sezona biti jako dobra i Novigrad je, kao i ostatak Istre, ostvario odlične rezultate zahvaljujući stabilnoj epidemiološkoj i sigurnoj geopolitičkoj situaciji.

Za 2022. godinu predviđalo se ostvarenje turističkog prometa na razini 97% od 2019. godine. Međutim, u komercijalnom smještaju ostvaren je bolji rezultat od 3% više u odnosu na 2019. godinu. U odnosu na 2021. godinu, to je povećanje od 24%.

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

OSTVARENI TURISTIČKI PROMET

Prošle godine je na području TZG Novigrada-Cittanova ostvareno nešto više od 231.037 dolazaka i 1.295.842 noćenja, što predstavlja 35% više dolazaka i 24% više noćenja u odnosu na 2021. godinu te gotovo isti promet kao rekordne 2019. godine.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 2022. i 2021. godinu

Tip smještaja	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks 2022/ 2021	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks 2022/ 2021
Komercijalni	222.582	160.898	138	1.193.235	934.042	128
Nekomercijalni	8.455	9.879	86	102.607	111.766	92
UKUPNO	231.037	170.777	135	1.295.842	1.045.808	124

Gledajući promet ostvaren u komercijalnom smještaju, zabilježeno je 38% više dolazaka i 28% više noćenja od prethodne 2021. godine. U odnosu na 2019. godinu, zabilježen je gotovo isti broj dolazaka te za 3% veći broj noćenja, što je odličan rezultat.

S druge strane, u nekomercijalnom smještaju je zabilježeno 14% manje dolazaka te 8% manje noćenja u odnosu na 2021. godinu.

Iz tablice ostvarenih noćenja za TOP 10 zemalja vidljivo je da je, u odnosu na 2021. godinu, ostvaren značajan rast prometa u svim našim emitivnim zemljama. Svi dolasci i noćenja su u znatnom rastu. Jedino je domaće tržište podbacilo u odnosu na 2021. godinu.

Tabela 2. Ostvareni broj noćenja TOP 10 zemalja za 2022. i 2011. godinu

R.br.	Zemlja	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks
1.	Njemačka	420.475	379.927	111
2.	Slovenija	309.398	258.492	120
3.	Austrija	223.147	159.526	140
4.	Češka	49.509	41.179	120
5.	Italija	48.731	26.627	183
6.	Nizozemska	41.235	24.379	169
7.	Hrvatska	36.138	39.776	91
8.	Švicarska	27.637	18.710	148
9.	Poljska	25.952	22.094	117
10.	Slovačka	19.229	14.089	136

Iz tablice je vidljivo da je u odnosu na 2021. godinu ostvaren najveći rast kod tržišta iz Italije sa dvostruko više dolazaka, slijede zatim gosti iz Nizozemske, Švicarske, Austrije i Slovačke. Značajan rast prometa zabilježen je i kod nama najvažnijeg tržišta iz Njemačke.

I prošle su godine najbrojniji bili gosti iz Njemačke (32%), na drugom mjestu su Slovenci (24%), te na trećem mjestu Austrijanci (17%). Udio ostalih tržišta u ukupnom broju ostvarenih noćenja je manji od 4%.

Grafikon 1. Udio noćenja po zemljama za 2022. godinu

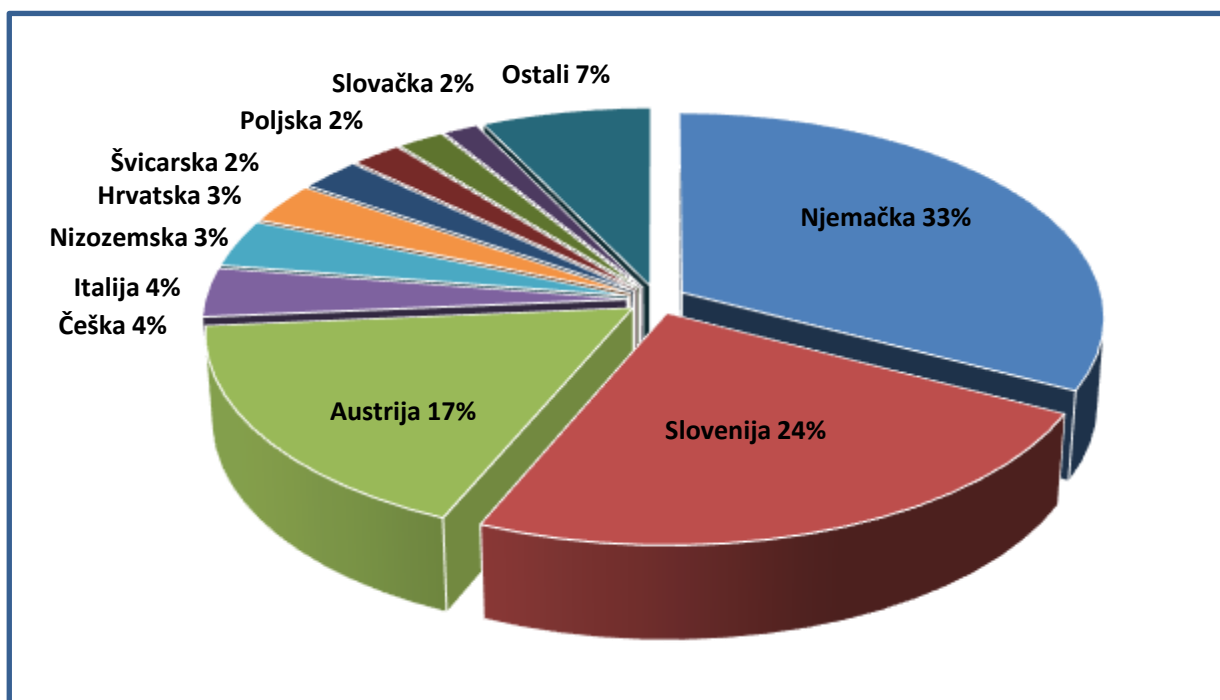


Tabela 3. Pregled dolazaka i noćenja po mjesecima za 2022. i 2021. godinu

Mjesec	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks
Siječanj	892	103	866	3.304	1.338	247
Veljača	2.045	237	863	5.919	1.349	439
Ožujak	4.399	922	477	13.575	3.835	354
Travanj	15.740	4.398	358	53.767	16.437	327
Svibanj	18.084	6.497	278	68.029	24.891	273
Lipanj	38.784	24.576	158	199.537	113.731	175
Srpanj	51.612	46.532	111	341.987	306.853	111
Kolovoz	50.803	49.318	103	376.513	364.936	103
Rujan	25.898	24.448	106	159.011	159.847	99
Listopad	16.122	11.600	139	55.850	45.911	122
Studeni	4.222	1.311	322	12.464	4.329	288
Prosinac	2.436	835	292	5.886	2.351	250

Iz tablice ostvarenja turističkog prometa po mjesecima vidljiv je puno veći turistički promet u prvih šest mjeseci u odnosu na 2021. godinu. Srpanj, kolovoz i rujna su također bili bolji od 2021. godine, kad je špica sezone bila puna gostiju. U rujnu je ostvareno 6% više dolazaka, ali i 1% manje noćenja. U zadnja tri mjeseca ostvareni su također odlični rezultati.

Tabela 4. Pregled dolazaka i noćenja po vrsti objekta za 2022. godinu u odnosu na 2021. god.

Vrsta smještaja	Dolasci 2022	Indeks	Noćenja 2022	Indeks	Broj kreveta	Indeks
Kampovi	91.423	130	544.265	122	1.368	102
Hoteli	69.122	164	259.414	147	5.907	100
Objekti u domaćinstvu	35.432	130	245.281	127	3.206	105
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	26.605	126	144.275	123	3.169	98
Ukupno komercijalni smještaj	222.582	138	1.193.235	128	13.650	101
Nekomercijalni smještaj	8.455	86	102.607	92	10.106	103
Sveukupno	231.037	135	1.295.842	124	23.756	102

Promatrajući promet po vrsti objekta, Novigrad ima ukupno 13.650 turističkih (komercijalnih) kreveta i gotovo pola od toga pripada kampovima, pa je tako najviše noćenja ostvareno upravo u kampovima koji imaju ukupni kapacitet od 5.907 kreveta i na koje otpada 42% svih ostvarenih noćenja, a zabilježeno je čak 22% više noćenja u odnosu na 2021. godinu. Sljedeća po redu kategorija s udjelom od 20% u ukupnim noćenjima jesu hoteli s ukupno 1.300 kreveta kod kojih je zabilježeno 47% više noćenja nego u 2021. godini. Slijede objekti u domaćinstvu (privatni smještaj) s

3.200 kreveta i udjelom od 19% svih ostvarenih noćenja te povećanjem od 27%. U ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj, kao što su pansioni, odmarališta, apartmani, kuće za odmor i dr. je 3.200 kreveta, što čini 11% ukupnih noćenja, a ostvareno je 23% više noćenja u odnosu na 2021. godinu.

Nekomercijalni smještaj čine kuće i stanovi za odmor koji nisu kategorizirani i koji su najčešće u vlasništvu stranaca, odnosno vikendaša, a na našem području evidentirano je 10.100 kreveta. Lani je u nekomercijalnom smještaju zabilježeno 8% manje noćenja u odnosu na 2021.g. te čini 8% svih noćenja. Razlog ovom velikom padu prometa je neprijavlivanje vlasnika kuća i stanova za odmor. Dakle, ove brojke ne pokazuju ni približno realno stanje broja nekomercijalnih noćenja.

Povećanje kapaciteta je najviše vidljivo u privatnom i nekomercijalnom smještaju, što dovodi do velikog, odnosno sada već kritičnog opterećenja infrastrukturnog sustava (parking, električna energija, voda, otpad i dr.).

I OSTVARENI PRIHODI

Uslijed nastavka globalne pandemije bolesti COVID-19 i početkom ove godine, Turistička zajednica je u prvoj polovici godine imala manji turistički promet, a time i manje prihode kao i cijeli turistički sektor. U prvih šest mjeseci ostvareno je 826.000 kn prihoda, gotovo dvostruko više od istog razdoblja 2021. godine te tek 57% prihoda iz 2019. godine.

Međutim, već od Uskrsa, kad su epidemiološke mjere u Europi ukinute, turistički promet se počeo intenzivirati, kao i prihodi TZ-a. Trend rasta turističkog prometa i prihoda nastavio se i u nadolazećem razdoblju.

Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova je u 12 mjeseci 2022. godine ostvarila ukupan prihod u iznosu od 4.585.977 kn, što je u odnosu na prvotni plan 4% manje, te 1% manje u odnosu na rebalans. Uspoređujući prihode s proteklim razdobljima, navedeni iznos predstavlja 50% više od ukupnih prihoda iz 2021. godine te 6% manje u odnosu na ukupne prihode iz 2019. godine.

1. IZVORNI PRIHODI

Turistička zajednica je prvotno planirala izvorne prihode u iznosu od 3.550.000 kn, od čega je 3.200.000 kn planirano prihoda od turističke pristojbe, dok je udio od 200.000 kn planiran od članarine. Uslijed ostvarenog većeg turističkog prometa za vrijeme glavne turističke sezone, do kraja godine ostvareni su izvorni prihodi u iznosu od 3.991.355 kn, što predstavlja povećanje od 12% u odnosu na prvotni plan te 1% manje od rebalans plana. U odnosu na 2021. godinu, to je 33% više prihoda, dok je u odnosu na 2019. godinu to 1% manje izvornih prihoda.

Izvorni prihodi čine 87% svih ostvarenih prihoda u prošloj godini, ne uzimajući u obzir preneseni višak iz 2021. godine.

Treba napomenuti da se visina turističke pristojbe i turističke članarine prošle godine vratila na puni iznos, dok su lani i preklani paušalni iznosi turističke pristojbe i članarine za iznajmljivače bili umanjeni za 50%.

1.1. PRIHODI OD TURISTIČKE PRISTOJBE

Prošle godine prihodovano je 3.490.935 kn od turističke pristojbe, što je 2% manje u odnosu na izmjene plana i 10% više u odnosu na prvotni plan. Prihodi od turističke pristojbe čine 76% ukupno ostvarenih prihoda. U odnosu na 2021. godinu, prihodi od turističke pristojbe veći su za 31%, dok su u odnosu na 2019. godinu prihodi gotovo isti.

Od ukupnog iznosa, 3.331.602 kn čine prihodi TP od smještajnih objekata koji su realizirani sukladno rebalansu, a čine 73% svih prihoda, dok 159.333 kn čine prihodi TP od nautičkog turizma, koji su za 28% manji od očekivanog te čine 3% svih realiziranih prihoda.

U odnosu na 2021. godinu, prihodi TP od smještajnih objekata veći su za 34%, dok su prihodi TP od nautičkog turizma manji za 18%. U odnosu na 2019. godinu, prihodi TP veći su za 5%, dok su prihodi TP od nautičkog turizma manji za čak 47%.

Razvidno je da su ostvareni prihodi od TP na razini ostvarenih noćenja. Međutim, nelogično je da su prihodi ostvareni u nautičkom turizmu manji od 2021. godine. Lani su i nautičari (vlasnici plovila) plaćali 20% niži paušalni iznos TP za osobe koje borave na plovilu, ali se prošle godine visina TP vratila u punom iznosu. Turistička zajednica napravila je analizu ostvarenih i uplaćenih sredstva od nautičkog turizma u Istri i poslala upit uredu HTZ-a za pojašnjenje preraspodjele navedenih prihoda po TZ-ima.

Tabela 5: Pregled raspodjele turističke pristojbe za TZG Novigrad-Cittanova

Turistička pristojba	Raspodjela	Iznos u Kn
Ukupno bruto - prolazni račun	100,00%	7.831.215,11
Ukupno netto	93,50%	7.322.186,13
HCK	1,00%	78.312,15
HTZ - Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent	3,50%	274.092,53
HTZ - Fond za udružene turističke zajednice	2,00%	156.624,30
HTZ 20%	18,70%	1.464.437,23
TDIŽ 15%	14,03%	1.098.327,92
TZG Novigrad - Cittanova 65%	60,78%	4.759.420,98
Transfer u Proračun grada	18,23%	1.427.826,29
TZG Novigrad - Cittanova netto	42,54%	3.331.602,00

Tabela 6: Pregled prihoda turističke pristojbe po objektima u usporedbi s 2019. godinom:

Vrsta objekta	Prihodi TZ 2022	Prihodi TZ 2019	Indeks
Hoteli	887.206,18	977.553,14	91
Kampovi	1.329.836,01	1.202.039,24	111
Nekomercijalni smještaj	107.454,41	102.943,64	104
Objekti u domaćinstvu	604.110,56	438.353,25	138
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	402.987,56	417.342,70	97
Ukupno	3.331.602,00	3.178.503,00	105

1.2. PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE

Turistička zajednica je u 2022. godini prihodovala 500.420 kn od turističke članarine kako je i očekivano izmjenama plana te 43% više u odnosu na prvotni plan. Turistička članarina čini 11% ukupno ostvarenih prihoda. U odnosu na 2021. godinu, to je 55% više te u odnosu na 2019. godinu 7% manje.

2. PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA NOVIGRADA-CITTANOVA

Prihodi iz Proračuna ostvareni su u očekivanom iznosu od 521.500 kn i čine 11% ukupno ostvarenih prihoda te su u odnosu na 2021. godinu veći sedam puta. Navedeni iznos utrošen je za

sufinanciranje manifestacija sukladno ugovoru: Fešta sv. Pelagija, Fešta sv. Ivana Krstitelja u Dajli, Maškare, Slikarski ex-tempore, Čarobni Novigrad, novi blues festival Cittanova Blues Zero te nekolicinu sportskih događanja i Goodbye 2022.

3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Ostvareni prihodi od sustava turističkih zajednica iznose 70.000 kn, a dodijeljena su od strane Turističke zajednice Istarske županije za kandidirane manifestacije: Park Food Fest 20.000 kn i Novigradska sportska jesen 50.000 kn.

Klasteru SZ Istre dodijeljena su i sredstva od sustava turističkih zajednica iz Fonda za udružene turističke zajednice u ukupnom iznosu od 120.000 kn za odobreni projekt *Influencer Friendly Destination* kojeg smo kao klaster prijavili. Navedena sredstva nisu prikazana u realizaciji prihoda jer je iznos uplaćen TZG Umaga kao koordinatoru aktivnosti za podmirivanje troškova projekta, sukladno Sporazumu o udruživanju.

4. PRIHODI OD SPONZORSTVA

Iznos od 3.000 kn uplaćen je od strane komunalnog društva Neapolis d.o.o. za sponzorstvo slikarskog natječaja, odnosno za otkup 3. nagrade.

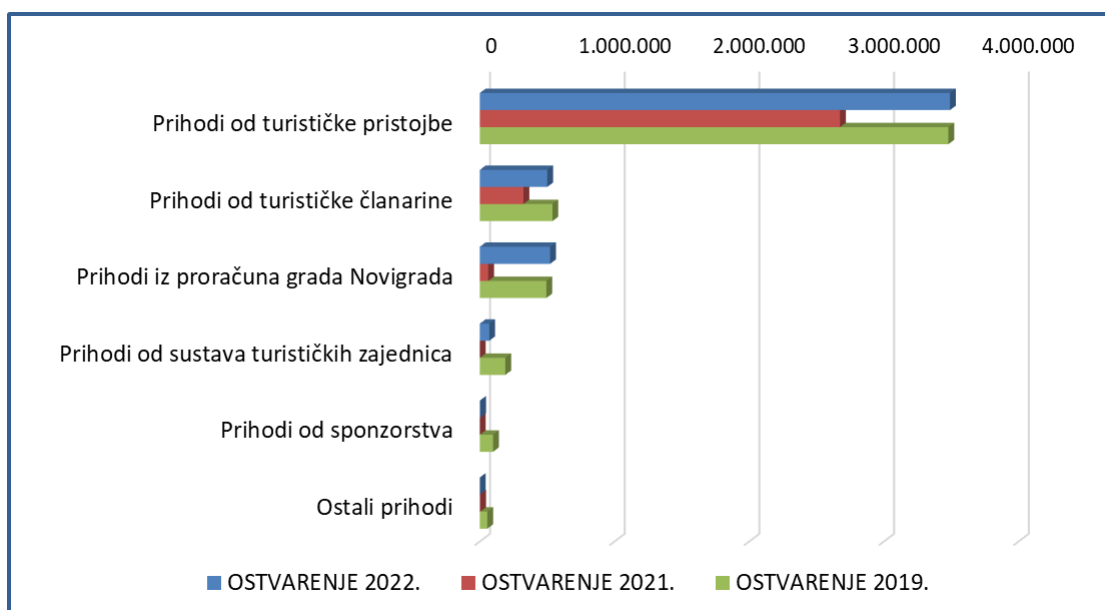
5. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE

U ovu stavku naveden je knjigovodstveni iznos viška prihoda nad rashodima iz 2021. godine koji iznosi 1.310.390 kn.

Na sjednici Skupštine održane u prosincu 2022. godine usvojene su Izmjene i dopune programa rada za 2022. godinu kojima su revidirani svi prvotno planirani prihodi i aktivnosti, odnosno 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 2022. godinu te sve realizirane aktivnosti i očekivane rashode.

	PLAN	REBALANS	OSTVARENJE
UKUPNO PRIHODI	6.160.000 kn	5.953.890 kn	5.896.367 kn

Grafikon 5. Usporedni prikaz ostvarenih prihoda u 2022., 2021. i 2019. godini



II OSTVARENE AKTIVNOSTI

Sve aktivnosti planirane su 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.

Stoga se u travnju, nakon ukidanja gotovo svih epidemioloških mjera, krenulo s provedbom programa rada, iako su određene aktivnosti realizirane i u ožujku (promidžbene i određene manifestacije).

Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova je u 2022. godini ostvarila ukupne rashode, odnosno izdatke u visini od 5.492.691 kn, što je 11% manje od prvotnog plana te u skladu s rebalansom, a predstavlja dvostruko više od ukupnih izdataka iz 2021. godine te 20% više u odnosu na troškove iz 2019. godine.

	PLAN	REBALANS	OSTVARENJE
UKUPNO IZDACI	6.150.000 kn	5.496.279 kn	5.492.691 kn

Slijedi analiza ostvarenih aktivnosti po stavkama Programa rada i usporedba s prvotno planiranim iznosima koji su bili definirani programom za 2022. godinu, a koji su izmjenama i dopunama programa rada odnosno rebalansom izmijenjeni i prilagođeni očekivanim rezultatima:

Od svih planiranih aktivnosti TZ-a, najveći iznos od 2.602.526 kn utrošen je za aktivnost **razvoja turističkog proizvoda (47% ukupno utrošenih sredstava)** odnosno provedbu mnogobrojnih manifestacija i FLAG projekta. Navedeni iznos je za 10% manji od prvotnog plana te 1% manji od rebalansa. U odnosu na 2021. godinu, to predstavlja gotovo četverostruko povećanje, a u odnosu na 2019. godinu, povećanje od 11%.

Slijede troškovi za **komunikaciju i oglašavanje s iznosom od 1.254.426 kn koji čine 23% svih troškova**. U odnosu na prvotni plan, navedeni iznos manji je za 7%, dok je u odnosu na rebalans za 1% veći.

Treću stavku u iznosu od 861.757 kn čine aktivnosti za **destinacijski menadžment, odnosno za uređenje destinacije (16% svih troškova)**, što je 16% manje od prvotnog plana i 1% manje od rebalansa. Utrošena sredstva tri su puta veća u odnosu na 2021. godinu te za 73% veća od 2019. godine.

Četvrta po redu je stavka **administrativnih poslova s utrošenih 758.856 kn, odnosno 14% svih troškova**. Navedeni iznos veći je za 12% od prvotnog plana te 2% veći od rebalansa, dok je u odnosu na 2021. i 2019. godinu ostvaren približno isti trošak.

Peta stavka je aktivnost za **istraživanje i strateško planiranje s iznosom od 15.125 kn koja čini 0,40% ostvarenih rashoda** i manja je za 62% od prvotnog plana te u skladu s rebalansom, dok je u odnosu na 2021. godinu iznos manji za 56% i za 77% manji od 2019. godine.

Planirane aktivnosti za 2022. godinu uglavnom su ostvarene u nešto manjem obujmu u odnosu na plan koji je definiran krajem 2021. godine.

I prošle je godine situacija s pandemijom uzrokovala neizvjesnost u vrijeme predsezona, a time i pripreme 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 prvom kvartalu godine adekvatno reagirala prilagodivši dinamiku i provedbu svih aktivnosti u skladu sa smanjenim intenzitetom turističkog prometa, a time i smanjenim priljevima od turističke pristojbe i turističke članarine. Međutim, već u travnju je turistički promet počeo i nastavio rasti sve do kraja godine, te je u konačnici ostvaren odličan rezultat.

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

Ukupno ostvareni rashodi prikazani su kao knjigovodstveni rezultat poslovanja, u što ulaze svi realizirani troškovi te troškovi amortizacije, ali ne ulazi imovina.

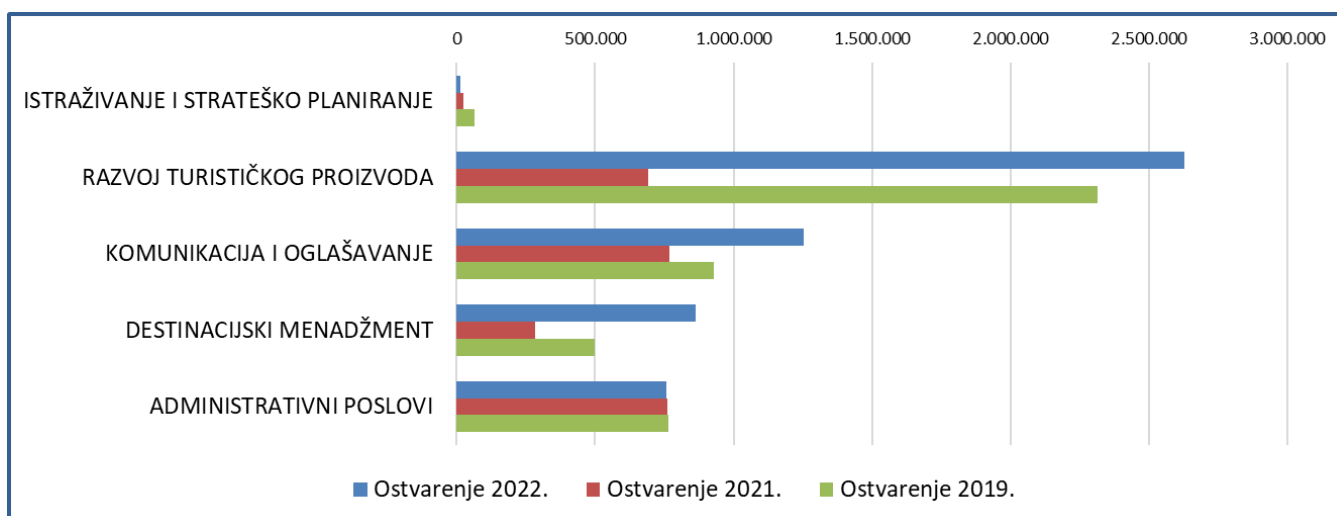
Ukupno ostvareni izdaci predstavljaju sve isplate u prošloj godini, odnosno sve troškove, u što su uključeni i troškovi nabave imovine, ali nisu uključeni troškovi amortizacije. Dakle, ukupni rashodi istovjetni su knjigovodstvenim izvještajima, dok su ukupni izdaci prikazani kao novčani tijek.

Sukladno knjigovodstvenom prikazu realizacije rashoda, u koji ne ulaze troškovi imovine (nabave opreme: digitalni totemi, table turističke signalizacije i novo računalo), u 2022. godini realizirano je 5.183.770 kn rashoda, što je 6% manje od izmjene plana te 16% manje u odnosu na prvotni plan. U odnosu na 2021. godinu, to je dvostruko više rashoda, dok je u odnosu na 2019. godinu ostvareno 12% više rashoda.

Na kraju izvještajnog razdoblja, realiziran je manjak prihoda nad rashodima u iznosu od -597.793 kn. Uz ostvareni višak prihoda iz 2021. godine u iznosu od 1.310.390 kn, to je u konačnici knjigovodstveni višak od 712.597 kn.

Ukupno realizirani izdaci iznose 5.492.691 kn i ostvareni su sukladno izmjenama plana te su u odnosu na 2021. godinu dvostruko veći. U odnosu na 2019. godinu, realizirani izdaci veći su za 19%. Rezultat poslovanja prema novčanom tijeku ostvaren je s manjkom od -906.714 kn, što uz preneseni višak od 1.310.390 kn iznosi 340.526 kn i taj će se višak prikazati u planu za 2023. godinu.

Grafikon 6. Usporedni prikaz ostvarenih aktivnosti u 2022., 2021. i 2019. godini



Od pojedinačno ostvarenih aktivnosti prema Programu rada za 2022. godinu, prošle godine je najveći udio, odnosno 37% svih rashoda utrošeno za podršku razvoju turističkih događanja u iznosu od 2.017.836 kn, što je 1% manje u odnosu na izmjene plana te gotovo četiri puta više u odnosu na 2021. godinu (3% manje od 2019. godine).

Slijede aktivnosti za poticanje na očuvanje i uređenje destinacije s udjelom od 15% u ukupnim rashodima odnosno utrošenih 822.048 kn, 1% manje od rebalansa te trostruko više od 2021. godine, odnosno 71% više rashoda u odnosu na 2019. godinu.

Na trećem mjestu su rashodi za plaće djelatnika TZ-a u iznosu od 506.558 kn (9% ukupnih rashoda), što je na nivou izmjene plana te 8% manje od 2021. godine i 7% manje od 2019. godine.

Četvrto mjesto čine turističko-informativne aktivnosti s utrošenih 384.193 kn (7% rashoda), što je 2% više od rebalansa i 34% više u odnosu na 2021. godinu, dok su na petom mjestu aktivnosti valorizacije ribarske tradicije, odnosno realizirani troškovi za FLAG projekt Fishino s iznosom od

364.694 kn (7% rashoda), što je 4% manje od očekivanog. 5% ukupnih rashoda ostvareno je za aktivnosti marketinške i poslovne suradnje s iznosom od 285.966 kn, 1% više od rebalansa te 22% više od 2021. godine. Ostale pojedinačne aktivnosti čine manje od 5% ukupnih rashoda i prikazani su u realizaciji plana.

Detaljna razrada realiziranih aktivnosti pojašnjena je u nastavku ovog izvještaja, sukladno stavkama programa rada, uz analizu planiranih i ostvarenih aktivnosti za 2022. godinu, uspoređujući ostvarenje s planiranim iznosima i uspoređujući utrošena sredstva s 2021. i referentnom 2019. godinom.

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.

U cilju praćenja kvalitete usluge i unapređivanje destinacije, tijekom ljetnih mjeseci provedeno je ispitivanje kvalitete usluga u raznim uslužnim djelatnostima, u smještajnim objektima, restoranima, caffè barovima, suvenirnicama, trgovinama i dr. Angažirani su tajni kupci koji su standardnim metodama mjerili stanje objekata te izvedbe njihovih djelatnika tijekom turističke sezone prema turistima koji posjećuju grad Novigrad.

Ukupan rezultat ostvaren tijekom posjeta lokacijama na području Turističke zajednice grada Novigrada u 2022. godini iznosi 73,26%, odnosno poštivano je nešto manje od tri četvrtine očekivanih standarda kvalitete usluge. S najboljim rezultatom istaknula se kategorija smještaj, gdje je poštivana većina zadanih standarda (97,77%), dok se s najviše prostora za unapređenje istaknula kategorija uslužnih djelatnosti benzinska postaja, gdje je poštivano svega 30,00% zadanih standarda. Prvotnim planom je za ovu stavku bio planiran iznos od 40.000 kn, dok je rebalansom izvršena korekcija s realno utrošenim iznosom od 15.125 kn za aktivnost istraživanja i analize tržišta, što predstavlja 0,40% ukupno realiziranih rashoda.

	PLAN	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	40.000 kn	25.125 kn	25.125 kn

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.

Ukupno je za ovu stavku utrošeno 2.602.526 kn, što predstavlja 47% ukupno realiziranih rashoda. U odnosu na prvotni plan, to je 10% manje te 1% manje od izmjene plana. U odnosu na 2021. godinu, utrošeno je gotovo 4 puta više sredstava, dok je u odnosu na 2019. utrošeno 11% više.

	PLAN	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	2.891.800 kn	2.626.845 kn	2.602.526 kn

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 za aktivnosti razvoja proizvoda na nivou TZ Novigrada-Cittanova, odnosno za razvoj proizvoda usmjeren na izradu suvenira, promociju kulturne baštine (Gallerion), vinarstva te razvoj novog proizvoda ronilačkog – snorkeling turizma.

Ukupno predviđeni rashodi planirani su s iznosom od 272.000 kn, izmjenama plana korigirani su na 170.000 kn, a ostvareni su u iznosu od 184.966 kn te čine 3% ukupno realiziranih rashoda.

Za **razvoj klusterskih proizvoda** prvotnim planom su bila predviđena sredstva kao i prije pandemije, odnosno kao i 2019. godine. Međutim, zbog neodržavanja nekoliko manifestacija čiji se troškovi podmiruju iz klusterskog budžeta, rebalansom su sredstva smanjena, ali zbog proširenja klastera SZ Istre na dodatne 3 destinacije: Motovun, Oprtalj i Grožnjan prošle su godine provedene aktivnosti za prikupljanje sadržaja za promociju proširene destinacije te su realizirani nešto veći troškovi. Tijekom cijele godine održani su sastanci s predstavnicima klastera SZ Istre za potrebe definiranja aktivnosti razvoja proizvoda.

Za razvoj **bike proizvoda**, nakon dvije godine pauze, planirana je biciklistička utrka Istria Granfondo koja se trebala održati 29.-30.10., ali nije održana iz organizacijskih razloga te je krajem kolovoza termin prebačen za travanj 2023. godine. Zbog ipak ostvarenih određenih troškova organizacije utrke i kupnje licence, kako bi utrka postala dio svjetske serije UCI Gran Fondo World Series, podmireni su troškovi za usluge koje će se koristiti u travnju 2023. godine. Stoga su i ukupni troškovi za razvoj klaster proizvoda nešto veći u odnosu na rebalans.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Bike	62.000 kn	40.000 kn	45.000 kn

Za razvoj **outdoor** aktivnosti, organizirana su gostovanja blogera i influencera koji su posjetili destinaciju te objavili fotografije i video materijale za promociju destinacije SZ Istre.

Noćna utrka u Umagu također nije održana iz organizacijskih razloga.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Outdoor	30.000 kn	15.000 kn	18.000 kn

U cilju promocije **gourmet proizvoda**, održana su 2 od 4 planirana izdanja Wine & Walk eventa: 21.6. Buje i 15.10. Motovun. Umjesto W&W by the sea (29.10.), održan je dvodnevni Park Food Fest, dok je Sweet W&W (12.11.) ove godine otkazan. Novigradski Wine & Walk otkazan je zbog premještanja datuma Motovunskog W&W sa 1.10. na 16.10. te je umjesto toga održana druga gourmet manifestacija, dok je slatki W&W otkazan zbog pomanjkanja muškata kod vinarija koje sudjeluju na manifestaciji.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Gourmet	70.000 kn	40.000 kn	45.000 kn

Za razvoj **nogometa** organizirano je mnogo turnira i treninga, naročito za vrijeme pred i posezone, a Turistička zajednica je sudjelovala u promociji i sufinanciranju određenih troškova. Tako je za lani održano nekoliko futsal turnira u novigradskoj sportskoj dvorani u kojima su sudjelovali nogometaši iz SAD-a, Francuske, Češke, Slovenije, itd. kao i 5. izdanje nogometnog turnira Istria Youth Cup za uzraste U16 na kojem su sudjelovali FC Basel, AC Monaco FC, FC Rangers, LA Galaxy, Ferencvarosi TC, Manchester City FC, FC Red Bull Salzburg te hrvatska reprezentacija.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Nogomet	30.000 kn	30.000 kn	30.000 kn

Za razvoj tenisa i wellnessa ostvarene su aktivnosti promidžbe i oglašavanja te su troškovi ostvareni u manjem iznosu u odnosu na ostale proizvode.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Tenis	5.000 kn	2.000 kn	2.000 kn

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Wellness	15.000 kn	3.000 kn	7.275 kn

Zbog proširenja klastera na dodatne destinacije, izrađeno je i novo vizualno rješenje, prilagođeni su grafički standardi te je klaster nastupio na sajmu Alpe Adria u Sloveniji 23. – 26. ožujka 2022. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
UKUPNO KLASTER PROIZVODI	212.000 kn	130.000 kn	147.275 kn

Ukupno ostvareni troškovi za razvoj klastera proizvoda iznose 147.275 kn, čine 3% svih troškova te su 32% manji od prvotnog plana i 9% veći od rebalansa.

Za **razvoj proizvoda na nivou Novigrada**, direktorica je u suradnji s dobavljačima pripremala te provodila nabavu novigradskih suvenira na kojima je primijenjen novi brend. Tijekom ljetnih mjeseci nabavljene su majice kratkih rukava, pernice, privjesci za ključeve, kemijske olovke, notesi i pregače s novim logotipom Novigrada te ostali promotivni materijali s prikazom Novigrada. Nadalje, turistička zajednica je i ove godine financijski podržala aktivnosti Galleriona, dok za aktivnosti turističkog razgleda Novigrada i Put vinara TZ nije sudjelovala u sufinanciranju iako su aktivnosti održane.

Ukupno je za navedene aktivnosti realizirano 29.191 kn troškova što je 42% manje od prvotnog plana i 3% manje od izmjene plana, a čini 1% svih rashoda.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Novigradski suveniri	20.000 kn	20.000 kn	19.191 kn
Gallerion	10.000 kn	10.000 kn	10.000 kn
Tur. Razgled Novigrada	10.000 kn	0 kn	0 kn
Put vinara	10.000 kn	0 kn	0 kn
UKUPNO	50.000 kn	30.000 kn	29.191 kn

Prošle se godine Turistička zajednica uključila u novi projekt **razvoja snorkeling proizvoda** u suradnji s TZIŽ te je sudjelovala u početnim aktivnosti za razvoj ronilačkog turizma. Odrađene su aktivnosti provjere i određivanja lokaliteta za ronjenje, definirana je prva lokacija koja se nalazi između novigradskog Belvedere i dige te je lokacija mapirana i ucrtana, a odrađena je i foto produkcija.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Snorkeling turizam	10.000 kn	10.000 kn	8.500 kn

2.2. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Ova stavka Programa rada stavlja fokus na turističku industriju, odnosno na označavanje kvalitete npr. obiteljskog smještaja i općenito dodjele kvalitete u koordinaciji sa regionalnom turističkom zajednicom. Stavka također obuhvaća suradnju s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji, kao što je npr. suradnja lokalne turističke zajednice s ugostiteljima, hotelijerima, OPG-ima itd. Prošle godine ova aktivnost nije ostvarena.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Podrška razvoju turističkih događanja namijenjena je provođenju raznih manifestacija koje su podijeljene na zabavne, kulturne, sportske, gastro i ostale manifestacije, u najvećoj mjeri u organizaciji TZG Novigrada-Cittanova te potporama manifestacijama i projektima u organizaciji udruga ili drugih institucija, kao i potporama manifestacijama u organizaciji novoosnovane institucije CMIK-a (Centar za manifestacije i kulturu Novigrada).

Zbog recesije i povećanja cijena raznih usluga i materijala, ukupno realizirane aktivnosti za provođenje manifestacija veće su za čak 20% od prvotnog plana te iznose 2.017.836 kn, što je 1% manje od izmjene plana, a čine 37% svih realiziranih rashoda. U odnosu na 2021. godinu, to je 3.5 puta više, dok su u odnosu na 2019. godinu troškovi manifestacija manji za 3%.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Manifestacije	1.678.000 kn	2.041.845 kn	2.017.836 kn

Početak godine je situacija zbog epidemioloških mjera bila opet neizvjesna za organizaciju i provođenje manifestacija, tako da su se uglavnom sve pripremne aktivnosti počele odvijati nakon što su u travnju ukinute mjere vezano uz okupljanja.

Međutim, u prva 3 mjeseca održane su određene manifestacije koje je bilo moguće provesti uz sve mjere: u veljači revidirano izdanje maškara, a 12. ožujka prvi put održana je biciklistička utrka **Istarsko proljeće** sa startom 2. etape u Novigradu. Tradicionalna međunarodna etapna biciklistička utrka kroz Istru krenula je s novigradskog trga, s oko 200 natjecatelja iz cijeloga svijeta. Zatim je krajem ožujka održan **Wine EnoGASTRO VIP event**, također prvi put u Novigradu, koji je okupio velik broj vinara, izlagača, predavača i posjetitelja.

Nakon dvije godine pauze, za vrijeme uskrasnih blagdana u travnju, TZ je organizirala animacijski program na gradskim ulicama uz podjelu slatkih darova, dok je krajem travnja obilježen svjetski **Dan planete Zemlja** uz tradicionalnu sadnju drveća s novigradskim vrtićima.



Početak svibnja, za vrijeme prvomajskih praznika, Novigradani i gosti grada ponovo su imali priliku družiti se i zabavljati na tradicionalnom **Prvomajskom pikniku** u parku naselja Karpinjan, uz zabavni i sportski program humanitarne biciklijade Lions kluba. Osim toga, mještani naselja Dajla okupljeni u građanskoj inicijativi „Dajla živi“ i udruzi „Za stare i mlade“, organizirali su manifestaciju kojom se želi ukazati na vrijednost nekadašnjeg benediktinskog samostana odnosno ladanjske vile iz druge polovice 19. st. s parkom koji propadaju. Kroz izložbe, predavanja, radionice za djecu, sajam autohtonih proizvoda, ali i zabavni sadržaj te eno-gastronomsku ponudu, posjetiteljima se

predstavila sva ljepota tog povijesnog zdanja vrijednog divljenja te se ukazalo na potrebu što skorije obnove ili prenamjene objekta.



U svibnju je također održano još jedno uspješno izdanje **Memorijalnog turnira u podvodnom ribolovu „Erik Radin“**, kao i međunarodni susret motorista **Pirate's Party** te izložbe i programi u organizaciji Muzeja Lapidarium.

U lipnju je održan velik broj manifestacija, kao što je tradicionalna 37. regata **Transadriatica**, **Slikarski ex-tempore** natječaj, Međunarodni **oldtimer rally**, **Čarobni Novigrad**, svjetski **Dan joge** i večer indijske kulture, **Europsko prvenstvo u mažoret sportu** te tradicionalna **Fešta sv. Ivana Krstitelja**.



Lani je prvi put održan **Cittanova blues festival**, zadnjeg vikenda u lipnju. To je potpuno novi i svježiji glazbeni festival koji na velika vrata vraća kvalitetnu svjetsku glazbu na trg pod zvonikom. Ono što je prije 30-ak godina uspješno pokrenuo Boško Petrović, ponovo se vraća s novom ekipom na čelu – nagrađivanim blues glazbenicima iz Novigrada: Denis Makin, Leo Anđelković i Davor Hačić.

Za ljeto je osmišljen, pripremljen i realiziran sadržajan i bogat program, ispunjen nizom manifestacija za sve generacije i različite ukuse, u organizaciji i pod pokroviteljstvom TZG Novigrada-Cittanova, ovoga puta u suradnji sa CMIK-om, novigradskim Centrom za manifestacije i kulturu, koji je kao partner u realizaciji preuzeo dio aktivnosti na pripremi i realizaciji evenata.



Brojni sadržaji održali su se tijekom glavne sezone, u srpnju i kolovozu, raspoređeni tijekom cijelog tjedna, kako bi u što većoj mjeri animirali goste grada, ali i privukli u Novigrad i druge posjetitelje koji žive ili se odmaraju u Istri. Osmišljen je po principu repetitivnih događanja određenih dana u tjednu s krovim nazivom **Stars'n'Town**, što opisuje zabavne večeri pod zvijezdama u centru Novigrada.

Stars'n'Town ljetni program promovirao se s novim vizualno atraktivnim rješenjem po uzoru na novi logo destinacije, u kojemu je gotovo svako slovo prikazano drugom bojom i dizajnirano da bude povezano s prepoznatljivim arhitektonskim karakteristikama grada. Cilj ovog programa je povećati vidljivost i kvalitetu turističke ponude Novigrada te podizanje imidža Novigrada kao grada doživljaja sa sadržajima namijenjenim svim uzrastima i različitim interesima posjetitelja. Ovaj koncept proizašao je iz zaključaka s održanih radionica koje su okupile predstavnike turističkih djelatnosti te se bazira na repetitivnosti sadržaja koji su se pokazali uspješnima (Večer uličnih čarobnjaka, jazz večeri, projekcije filmova, koncerti itd.).



Program se počeo provoditi 1. srpnja i trajao je sve do početka rujna. Srijeda je bila rezervirana za **Glazbu na svakom kutku** i mediteranski glazbeni ugođaj u okviru kojega su melodije uličnih glazbenika – od vokalnih skupina do manjih sastava različitih glazbenih izričaja - dopirale s različitih „kantuna“ starogradske jezgre. Subotnje večeri su bile rezervirane za odličnu zabavu na Velikom trgu uz **Piazza Grande Music Nights** i nastupe bendova koji su odlično zabavili i rasplesali publiku. Nedjeljni **Kids' day** je bio dan za najmlađe, ali i cijele obitelji koje su uživale u raznovrsnom animacijskom programu uličnih umjetnika i zabavljača, akrobata, cirkusanata, žonglera. Ljubitelji filmova petkom uživali su u programu **Movie nights**, odnosno u projekcijama pod vedrim nebom u

ljetnom kinu CMIK-a. Dva su petka u srpnju te dva četvrtka u kolovozu bila rezervirana i za glazbene poslastice u Prolazu Boška Petrovića, znanom i kao Jazz Corner of Istria, koji je ugostio ciklus koncerata pod nazivom **Live@Jazz corner**. Osim jaza, bilo je i nastupa drugih srodnih glazbenih pravaca, prvenstveno namijenjeni glazbenim sladokuscima i ljubiteljima kvalitetne glazbe.



Bilo je i drugih događanja, poput **Astro party Lunasa** na koncu srpnja, dva koncerta klasične glazbe i evergreena u jedinstvenom ambijentu gradske lože, pod nazivom **Bel Canto in Belvedere**, u srpnju i kolovozu.



Godišnji program zabave, opuštanja i uživanja u Novigradu obogaćen je i nekolicinom manifestacija u režiji drugih organizatora, poput **Wine, food & beer festa „Che gusto!“** u srpnju, **Istria folk festa**, **sajma Domaće je najbolje**, **Too old to die festivala** itd.



Nakon dvije godine COVID-stanke, zadnjeg vikenda kolovoza održana je gotovo spektakularna trodnevna **Fešta sv. Pelagija** koja je u grad vratila zabavu na sve ulice, i to zahvaljujući mnogobrojnim koncertima poznatih imena hrvatske glazbene scene te bogate ponude hrane i pića u režiji novigradskih ugostitelja. Velik broj posjetitelja uživali su u koncertima na tri pozornice: Massimo, Ex Novi Fosili, Gustafi, Dražen Zečić, Soulfingers, Night Express, Screaming Wheels, Barbara Blue & Hačo, Tara ex Karma, Blues Brajdersi i Mali veliki mikrofon. Sve tri večeri na više lokacija u gradu mogla se čuti i domaća glazba nekoliko „putujućih“ sastava. U nedjelju, 28. kolovoza, na dan sveca Pelagija i Dan grada, vratio se i tradicionalan vatromet, a u tri dana odvijao se i bogat sportski program u koji su se uključili gotovo svi novigradski sportski klubovi organizacijom turnira i sportskih susreta na gradskim sportskim terenima i borilištima. Već tradicionalno, u CMIK-u su uručene nagrade i priznanja vlasnicima najuređenijih okućnica i poslovnih prostora.



Krajem godine održane su i manifestacije Novigradske prosinačke radosti – ovog puta u ambijentu gradske lučice Mandrač gdje se nalazila ugostiteljska ponuda u adventskim kućica i zabavno glazbeni program, dok se program božićnog sajma i predstava za djecu održao u CMIK-u. Posljednjeg dana godine održan je i Goodbye 2022 koji je ponovo okupio jako velik broj posjetitelja.

Ukupno je za zabavne manifestacije lani utrošeno 1.469.155 kn što čini 27% svih ostvarenih rashoda. U odnosu na prvotni plan, to je čak 47% više, dok je u odnosu na rebalans to 1% manje. Uspoređujući pak utrošena sredstva s prethodnim razdobljem, navedeni iznos je 4 puta veći od utrošenog u 2021. godini te 17% veći od 2019. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Zabavne manifestacije	1.000.000 kn	1.461.109 kn	1.469.155 kn

Mjesec rujan osvježio je još jedan novi sadržaj u Novigradu, a to je prvo izdanje međunarodnog festivala kratkometražnih filmova – **Festival kratkog metra**, koji se od 16. do 18.9. održao u CMIK-u. Za ovaj najmlađi filmski festival u Hrvatskoj i jedini na području Istarske županije zaslužni su Gianna Buršić i Danijel Handjal, mladi i ambiciozni Novigradani. Prijavljeno je bilo čak 1.260 filmova, a organizatori su odabrali 31 najboljih, u kojima su gledatelji uživali potpuno besplatno. Osim projekcija filmova, bogat program ponudio je masterclass poznatog filmskog producenta Kolja

Sakside. Tijekom sva tri festivalska dana održavala se i radionica glume za osnovnoškolske uzraste, a vodio ju je nagrađivani kazališni i filmski glumac Gordan Marijanović.



U stavku kulturnih manifestacija spadaju i Slikarski ex tempore natječaj, Istria Folk Fest, Glazbene večeri u lođi Belveder te ostala manja kulturna događanja za koja je utrošeno ukupno 97.540 kn, što je 7% manje od prvotnog plana i na nivou izmjene plana, a čini 2% ukupnih rashoda. U odnosu na 2021. godinu, za kulturne manifestacije utrošeno je 3 puta više sredstava, dok je u odnosu na 2019. godinu utrošeno 36% više.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Kulturne manifestacije	105.000 kn	97.541 kn	97.540 kn

Kako je sjeverozapadna Istra sve popularnija turistička destinacija za profesionalne i rekreativne sportaše koji cijene odlične uvjete za rekreaciju u prirodi i sportsku infrastrukturu, Novigrad svoju pred i posezonsku ponudu oblikuje upravo prema tom konceptu. Uz već spomenuta sportska događanja koja su se održala u predsezoni, **Novigradska sportska jesen** započela je 24. rujna, s europskim plivačkim natjecanjem u otvorenim vodama **Alpen Adria Swim Cup** koje je okupilo oko 150 natjecatelja iz Austrije, Njemačke, Slovenije pa čak i iz SAD-a. Natjecali su se u disciplinama 10.000 m, 5.000 m, 3.400 m i 1.700 m plivajući uzduž obalnog dijela od plaže Aminess hotela do gradske plaže u centru grada i natrag. Novigrad je od strane organizatora odabran kao idealna destinacija za održavanje zadnje etape Alpen Adria Swim Cupa jer nudi izvanredne uvjete za ovu vrstu plivačkog natjecanja.



8. listopada održao se **Novigrad Cittanova Run**, međunarodna utrka na kojoj se natjecalo oko 400 trkača u polumaratonu od 10 km i u utrci na 5 km u muškoj i ženskoj konkurenciji te u dječjoj Fun Run utrci od 200 m i 500 m. To je bilo 5. izdanje utrke koju organizira hotelijerska tvrtka Aminess uz

podršku Sportsko-rekreativne udruge Olimpik. Sudionici su prolazili zanimljivom trasom kroz živopisne ulice Novigrada, uz more, vinograde i maslinike.



Uoči trkačkog vikenda, u Novigradu su trenirali i natjecali se talentirani mladi nogometaši i buduće nogometne zvijezde svjetski poznatih klubova na 5. izdanju **Istria Youth Cupa**, jednom od najznačajnijih međunarodnih nogometnih turnira za uzrast igrača do 16 godina. Ovogodišnje pokroviteljstvo Hrvatskog nogometnog saveza, Turističke zajednice Istarske županije, Grada Novigrada – Cittanova, TZG Novigrada – Cittanova i TZO Medulina, kao i drugih velikih sponzora poput Aminessa i Arena Hospitality Group, dovoljno govori u prilog sve većoj važnosti ovog turnira, jednog od najznačajnijih u regiji za kategoriju mladih nogometaša.



Novigrad je bio domaćin i nekoliko **Futsal turnira**, u proljeće i jesen, a sportska jesen završila je međunarodnim natjecanjem mažoretkinja. Novigrad je prvi put bio domaćin **6. Kupa Mediterana u mažoret sportu** 22. i 23. listopada u gradskoj sportskoj dvorani. Više od 1000 nadarenih djevojaka izvelo je oko 200 koreografija, a svakoga dana natjecanja bilo je 100 izvedbi.



Uz navedene, u stavku sportske manifestacije ubrajaju se i regata Transadriatica, biciklistička ekipna utrka Istrian Spring Trophy, Prvomajski MTB maraton, Europsko prvenstvo mažoretkinja te ostala

manja sportska događanja za koja je utrošeno ukupno 173.398 kn, što je 10% manje od prvotnog plana i 9% manje od rebalansa, a čini 3% ukupno ostvarenih rashoda. U odnosu na 2021. godinu, to je gotovo 3 puta više, dok je u odnosu na 2019. godinu to 68% manje.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Sportske manifestacije	193.000 kn	190.282 kn	173.398 kn

Od gastro manifestacija, zadnjeg vikenda listopada održan je dvodnevni event **Park Food Fest** koji je okupio više tisuća posjetitelja, a nudio je najbolje istarske delicije u *street food* izdanju. Baš kao i 2019. godine, kada je održano prvo izdanje ovog eno-gastro festivala, lučica Mandrač i Park novigradskih ribara pretvorili su se u pravi restoran na otvorenom s bogatom kulinarskom ponudom, vinima iz lokalnih vinarija i istarskim craft pivima te zabavnim programom. Uspjehu je doprinijelo i vrijeme jer je tijekom subote i nedjelje bilo sunčano i neobično toplo za kraj listopada pa su tako mnogobrojni posjetitelji iz raznih krajeva Hrvatske, Slovenije, Austrije, Njemačke, Italije i drugih zemalja mogli kušati razne delicije i lijepo se provesti u gradu. Ovaj "food resort" na rivi, osmišljen prema najsuvremenijim svjetskim gourmet trendovima, odlično je prihvaćen od strane gostiju. Uz solidan broj novigradskih ugostitelja, vinara i proizvođača craft piva, bilo je tu i gostovanja kuhara, vinara i pivara iz okruženja koji su svojim odličnim proizvodima zadovoljili brojne posjetitelje, a poseban kutak u kojem se obilježavao Dan jabuka u organizaciji udruge Zdravi Novigrad – Cittanova sana, pružao je još jedan dodatan i ukusan sadržaj manifestaciji. Nije nedostajalo ni zabave, s obzirom na to da su gosti uživali u nastupu nekoliko bendova, a bili su tu i voditelji koji su mnogobrojnoj publici cijeli program i bogatu eno-gastronomsku ponudu predstavljali na više jezika, kao i sommelier koji je predstavljao vina i piva koja su se sljubljivala s hranom na show cookingu.



Uz Park Food Fest, od gastro manifestacija održan je Che gusto! krajem srpnja te Dani gljiva, a ukupno je za sve gastro evente lani utrošeno 116.563 kn, 1% manje od rebalansa te 35% manje od prvotnog plana zbog otkazivanja manifestacije Wine & Walk by the sea i zbog neodržavanja novog programa Taste & Town. Navedeni iznos čini 2% ukupnih rashoda i u odnosu na 2021. godinu utrošeno je 25% više sredstava, dok je u odnosu na 2019. utrošeno 23% manje.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Gastro manifestacije	180.000 kn	118.304 kn	116.563 kn

Bilo je tu još nastupa i gostovanja amaterskih i kulturnih udruženja koja su u Novigradu tijekom godine održala nastupe, poput folklornih, glazbenih, rekreativnih i drugih sadržaja te su troškovi uvršteni u stavku ostale manifestacije, za što je ukupno utrošeno 33.222 kn, sukladno rebalansu. U odnosu na 2021. godinu, to je tri puta više, dok je u odnosu na 2019. godinu to dvostruko više, a utrošeni iznos čini 1% svih rashoda.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Ostale manifestacije	30.000 kn	33.222 kn	33.222 kn

S obzirom na velik broj projekata i angažmana pojedinih udruga u provođenju raznih sadržaja na području Novigrada, kroz javni poziv kojeg svake godine objavljuje TZG Novigrada-Cittanova, stavka

Potpore manifestacijama i projektima sadrži manje projekte odnosno potpore do 10.000 kn koji se dodjeljuju udrugama i institucijama za organizaciju i provedbu raznih događanja, kao što je Arterija u organizaciji Muzeja Lapidarium, natjecanje u podvodnom ribolovu, Novigradska lignjada, natjecanje u organizaciji streljačkog društva, projekti u organizaciji Katedre čakavskog sabora za glazbu, itd.

Ukupno je za ovu stavku utrošeno 72.388 kn, što je 3% više od prvotnog plana te 1% više od izmjene plana, a čine 1% ukupno ostvarenih rashoda. U odnosu na 2021. godinu, to je 4 puta više, a u odnosu na 2019. godinu, 43% više.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Potpore	70.000 kn	71.388 kn	72.388 kn

Posljednja podstavka u okviru razvoju turističkih događanja su aktivnosti za potporu manifestacija i projekata u organizaciji Centra za manifestacije i kulturu Novigrada – CMIK, za što je lani uplaćeno 55.571 kn podrške za organizaciju predstava, koncerata i drugih sadržaja. Navedeni iznos čini 1% ukupno utrošenih sredstava te je u odnosu na prvotni plan gotovo dvostruko manji iznos, a u odnosu na rebalans 21% manje. Prethodnih godine ove stavke nije bilo jer nije postojao CMIK.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Potpore CMIK	100.000 kn	70.000 kn	55.571 kn

2.4. Turistička infrastruktura

Za potrebe turističke infrastrukture, vodila se evidencija o uređenju biciklističkih i pješačkih staza te biciklističke signalizacije u suradnji s gradskim uredom za komunalni sustav i Biciklističkim klubom Novigrad.

Za ovu aktivnost utrošeno je 10.000 kn za održavanje biciklističkih staza, dok planirane aktivnosti za uređenje novih pješačkih staza na području TZ Novigrada, kod ušća rijeke Mirne te uz obalno područje, nisu ostvarene.

Navedeni utrošeni iznos manji je za 78% u odnosu na prvotni plan, dok je u skladu s izmjenama plana. Uspoređujući iznos sa 2021. godinom, utrošeno je 12% manje, dok je u odnosu na 2019. utrošeno 52% manje sredstava.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	45.000 kn	10.000 kn	10.000 kn

2.5. Podrška turističkoj industriji

Ova stavka podrazumijeva podršku subjektima u svrhu razvoja programa povezanih s turističkim proizvodom te potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije.

Turistička zajednica je prošle godine organizirala i sudjelovala u provedbi paketa različitih sadržaja pod zajedničkim nazivom *7 doživljaja u Novigradu - 7 experiences in Novigrad*, povodom obilježavanja Svjetskog dana turizma krajem rujna odnosno prvog vikenda listopada, u organizaciji Upravnog odjela za turizam Istarske županije te je koordinirala i pripremila program u suradnji s partnerima projekta. Posjetiteljima je tako bilo na raspolaganju čak sedam doživljaja koji pružaju mogućnost upoznavanja Novigrada u pokretu, i to kopnom i morem.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	10.000 kn	10.000 kn	10.587 kn

2.6. FLAG projekt mjera 2.3.1. – FISHINO – Valorizacija ribarske tradicije

Za već ranije odobren projekt valorizacije i promocije ribarske tradicije **FISHINO** – Fishing tradition in Novigrad, s iznosom od 446.000 kn, izvršene su aktivnosti istraživanja i bilježenja lokalne ribarske povijesti, običaja, priča i gastronomije te je dovršen dizajn i grafička priprema brošure, kao i prijevodi na 4 jezika. Otkrivene priče o novigradskoj ribarskoj povijesti i ostale zanimljivosti i ribarskoj tradiciji, baštini i gastronomiji na suvremen i pristupačan način predstavljat će se prolaznicama, odnosno stanovnicima i gostima grada na 4 digitalna info kioska odnosno totema koji su krajem listopada postavljeni na 5 lokacija u Novigradu: u uredu TZ-a, ispred ureda TZ-a, u Mandraču kod stanice za vlakić, na trgu pored Parka novigradske biskupije i u Karpinjanu kod sportskog igrališta. Za navedeni projekt sniman je i promotivni-dokumentarni film o ribarstvu te je odrađena foto produkcija.

Za ovaj projekt utrošeno je 364.694 kn što čini 7% svih rashoda. U odnosu na prvotni plan, utrošeno je 18% manje sredstava, dok je u odnosu na izmjene plana utrošeno 4% manje od predviđenog.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	446.220 kn	380.000 kn	364.694 kn



2.7. FLAG projekt mjera 4.2.1. – CHE FINO – Potrošnja i konzumacija ribe

Turističkoj zajednici Grada Novigrada – Cittanova je krajem ožujka odobren drugi EU projekt u visini od 366.500 kuna u okviru **FLAG natječaja** za projekt **CHE FINO** - Choose health and eat fish in Novigrad / Odaberite zdravlje i jedite ribu u Novigradu. Aktivnosti za provedbu projekta imaju za cilj poticanje interesa stanovnika i gostiju grada za zdravom prehranom na bazi ribe i drugih morskih organizama. Provedba projekta obuhvaća organizaciju edukativno-kreativnih radionica za djecu predškolskog i osnovnoškolskog uzrasta, edukativnih kulinarskih radionica za odrasle, izradu većeg broja edukativnih video recepata te knjiga recepata. Navedeni sadržaji prikazivat će se putem weba, društvenih mreža i PR objava, što će doprinijeti i promidžbi ribarstva i destinacije.

S obzirom na to da je odluka o dodjeli sredstava zaprimljena tek u travnju, zbog velikog broja drugih obaveza za pripremu turističke sezone, aktivnosti za ovaj projekt započele su nakon sezone u listopadu te nisu ostvareni troškovi.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	371.054 kn	0 kn	0 kn

2.8. FLAG projekt mjera 2.2.1. – SUB-Novigrad – Dodatni sadržaji

U sklopu 3. FLAG projekta, u koji se TZ uključio kao partner, a nositelj je Lučka uprava Umag-Novigrad - **SUB-Novigrad**, projektne aktivnosti uključuju mapiranje podvodnih sadržaja (što uključuje i potopljeni brod), realizaciju interpretacijskog sadržaja za prezentaciju pomorske baštine, podmorja i ribarske tradicije te izradu tematske staze u moru i na kopnu, a koja će biti javno dostupna putem web aplikacije i info ploča postavljenim na najznačajnijim lokacijama uzduž tematske staze. Osim toga, u cilju bolje prezentacije podmorja, uvest će se nova aktivnost vođenog razgledavanja podmorja i potopljenog broda za iskusne ronioce i rekreativce. Educirat će se vodiči, čime će se osigurati da se aktivnost provodi kontinuirano i nakon realizacije projekta.

Međutim, do kraja godine nije zaprimljena odluka o dodjeli sredstava od strane Upravljačkog tijela odnosno Uprave za ribarstvo te stoga projekt nije ni započeo s provedbom aktivnosti. Projekt je potvrđen od strane Lokalne akcijske grupe u ribarstvu Pinna nobilis. Postoji mogućnost da će se od ovog projekta morati odustati zbog vrlo kratkog roka realizacije.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	35.875 kn	0 kn	0 kn

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Turističke zajednice koje ostvaruju više od milijun komercijalnih noćenja, sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, mogu izvršavati i slijedeće aktivnosti vezane uz marketing: odnosi s javnošću, stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama, provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga, koordinaciju i provođenje udruženog oglašavanja na lokalnoj razini te obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom. Uz navedene aktivnosti samo za one turističke zajednice koje zadovoljavaju zakonom definirane uvjete, u ovu stavku uvrštene su i 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.

S obzirom da Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova već niz godina ostvaruje više od milijun komercijalnih noćenja, izuzev dvije pandemijske godine, u Programu rada za 2022. godinu uvrštene su i sprovedene sve navedene aktivnosti vezane uz marketing.

Ukupno je za aktivnosti komunikacije i oglašavanja utrošeno 1.254.426 kn što predstavlja 23% ukupno realiziranih rashoda. U odnosu na prvotni plan, to je 7% manje, dok je u odnosu na izmjene plana to 1% više. U odnosu na 2021. godinu, utrošeno je 63% više sredstava, dok je u odnosu na 2019. utrošeno 35% više.

	PLAN	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	1.353.200 kn	1.237.538 kn	1.254.426 kn

3.1. Definiranje *branding* sustava

Ova stavka uključuje aktivnosti vezane uz definiranje i implementaciju branding sustava i brand arhitekture destinacije, što proizlazi iz temeljne vrijednosti brenda destinacije koje su izvedene iz

prikupljenih skupova simbola s ciljem stvaranja personificirane slike destinacije koja će biti primamljiva što većem broju gostiju.

U svrhu ostvarenja planiranih aktivnosti komunikacije i oglašavanja, i prošle je godine proveden velik broj zahtjevnih zadataka za implementaciju novog brenda i promociju destinacije, što je bio i jedan od glavnih ciljeva programa rada za 2022. godinu. Za realizaciju mnogobrojnih manifestacija, odrađena je kompletna implementacija odnosno grafička priprema s primjenom novog brenda na sve promotivne materijale manifestacija (plakati, letci, jumbo-panoi, ljetni kalendar događanja i dr.), kao i za plan grada, kulturno-povijesni vodič Novigrada i ostale materijale koje je bilo potrebno tiskati.



Uz provedene aktivnosti za implementaciju brenda u tiskane promotivne materijale, odrađene su i sve potrebne aktivnosti za implementaciju brenda u video, foto i druge digitalne medije (baneri, online oglasi, itd.).

Ukupno je za aktivnost definiranja branding sustava utrošeno 30.900 kn, što je 3% više od prvotno planiranog iznosa i od rebalans plana te čini 1% utrošenih rashoda. Istovremeno, utrošeni iznos je za 7% veći od onog iz 2021. godine te za 38% manji od onog utrošenog 2019. godine, kada je izrađen novi vizualni identitet destinacije Novigrad.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	30.000 kn	30.000 kn	30.900 kn

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

U ovu stavku ulaze aktivnosti izbora tržišta i proizvoda koje želimo promovirati te definiranja 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.

Aktivnosti oglašavanja podijeljene su na 3 podstavke: opće i internet oglašavanje te kampanja za promociju destinacije.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Opće oglašavanje	60.000 kn	73.000 kn	74.704 kn

Direktorica je rukovodila i koordinirala provedbu promotivnih aktivnosti te definiranje kriterija za realizaciju mnogobrojnih promidžbenih kampanja koje su se uglavnom provodile putem digitalnih medija uz pomoć voditeljice TIC-a. Promotivne aktivnosti uključivale su promidžbene kampanje na regionalnim, nacionalnim i inozemnim portalima, kao i na tiskanim materijalima za austrijsko, njemačko, talijansko i slovensko tržište (oglas i reportaže), zatim radio najave, TV reportaže, i dr..

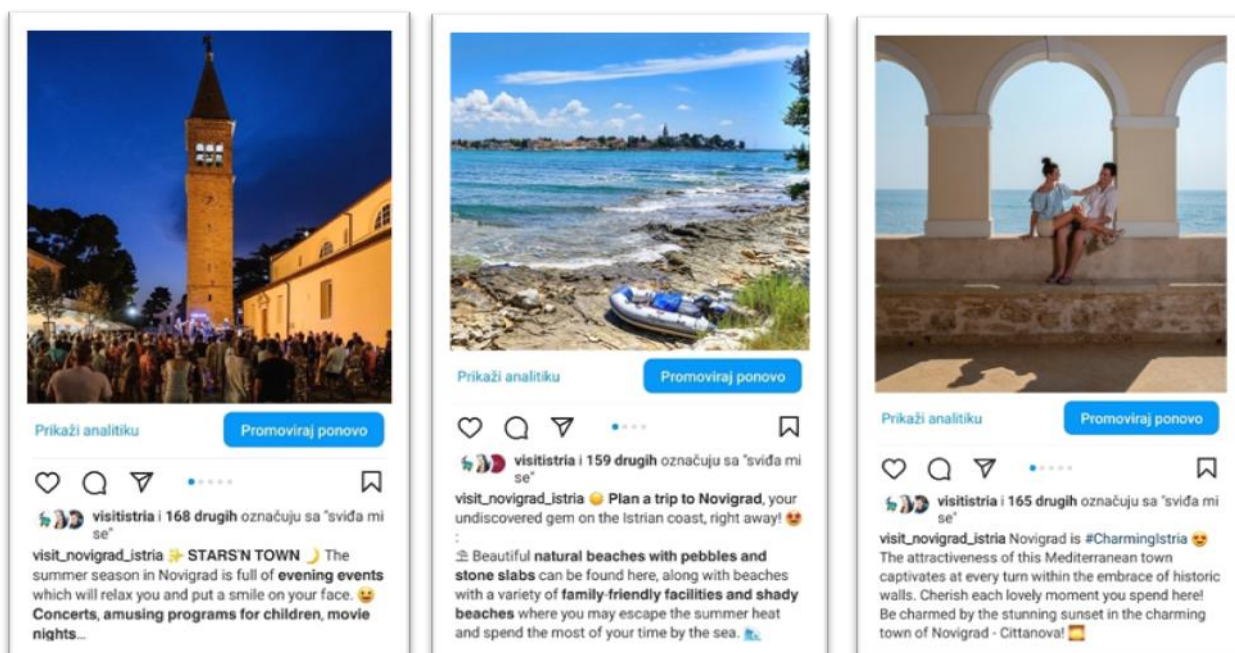
	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Internet oglašavanje	50.000 kn	50.000 kn	56.825 kn

Nadalje, realizirano je nekoliko digitalnih kampanja na društvenim mrežama, za promociju destinacije općenito, za promociju određenih proizvoda (gourmet, sport, rekreacija) kao i za promociju raznih manifestacija i dr. i to sve samostalno, bez korištenja vanjskih usluga, za što je zaslužna voditeljica TIC-a Ingrid Savarin.

KAMPANJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

- tijekom godine objavljeno je 18 kampanja na Facebook i Instagram društvenim mrežama u koje je uloženo ukupno 1.003,11 €
- ova je bila prva godina intenzivnih aktivnosti oglašavanja na društvenim mrežama TZ-a koje su odrađene vlastitim resursima
- u predsezoni targetirani su potencijalni gosti iz Hrvatske, Austrije i Njemačke s ciljem da ljetu provedu u Novigradu
- tijekom glavne sezone oglasi su bili fokusirani na pozive ljudima koji borave na našem području za posjet ljetnim manifestacija - redovni tjedni program Stars'n Town
- u Instagram je prošle godine bilo potrebno uložiti više sredstava od predviđenog jer je u veljači hakiran postojeći profil stoga smo bili prisiljeni odustati od profila s više od 3.000 pratitelja te krenuti s novim u travnju
- većina oglasa radila se s novim tematskim video spotovima koji su producirani iz video materijala koji je 2020. snimljen za potrebe novih destinacijskih videa u sklopu rebrandinga i promocije novog vizualnog identiteta.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Kampanja za promociju	30.000 kn	30.000 kn	30.628 kn



Ukupno je lani za aktivnosti oglašavanja utrošeno 162.157 kn što čini 3% svih rashoda. U odnosu na prvotni plan to je 16% više, te 6% više u odnosu na rebalans, dok je u odnosu na 2021. godinu to 27% više i gotovo trostruko više od 2019. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	30.000 kn	30.000 kn	30.900 kn

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

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

Uz provedene aktivnosti oglašavanja i marketinških suradnja, direktorica je koordinirala i poslove pripreme tekstova za oglašavanje i PR, ugošćavanje novinara, ažuriranja promidžbenih materijala, izrade i distribucije promotivnih materijala, izrade banera i kampanja za domaće i inozemne portale, i dr. kao i aktivnosti za ugošćavanje novinara, influencera i blogera te kreiranje itinerera za vrijeme njihovog boravka u destinaciji, komunikaciju s nositeljima turističkih sadržaja i dr.

Realizirani troškovi za ovu stavku odnose se na ugošćavanje novinara koji su radili reportaže o destinaciji (npr. novinarka Forbes-a), izradu i tisak jumbo panoa na području Zagreba i Rijeke, izradi reportaža o destinaciji na TV kanalu Nautical Channel i turističkim online portalima (Heritage Croatia, Bike patrola i sl.), izrade PR tekstova u suradnji s vanjskim suradnicima itd.

Ukupno je realiziran trošak od 51.470 kn, što čini 1% svih troškova, odnosno 3% više od prvotno planiranog i očekivanog iznosa. U odnosu na prethodno razdoblje, to je 12% više od 2021. i 64% više od 2019. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	50.000 kn	50.000 kn	51.470 kn

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Ove aktivnosti obuhvaćaju strateške projekte i marketinške suradnje (npr. s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl.). 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 u provedbi Strateškog marketing plana (SMP) Istre kroz aktivnosti udruženog oglašavanja. Strateški marketing plan Istre za 2022. godinu nastavlja s implementacijom postavki koje svoje uporište imaju u Master planu razvoja istarskog turizma, a to su odrednice konkurentnog, održivog i odgovornog razvoja istarske turističke regije.

U 2022. godini planom je definirano sufinanciranje SMP-a Istre s iznosom od 200.000 kuna, što je dvije trećine sredstava izdvojenih u 2019. godini, dok je izmjenama plana definiran dodatan iznos za potpore avioprijevoznika EasyJet u pulskoj zračnoj luci u iznosu od 72.211 kn te 10.000 kn za sponzorstvo profesionalnim sportašima (Giovanni Cernogoraz). Stoga su ostvareni troškovi u odnosu na prvotni plan veći za 43% te su za 1% veći od izmjene plana, odnosno iznose 285.966 kn, što je 5% ukupnih rashoda.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	200.000 kn	282.211 kn	285.966 kn

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i radionice

Prošle godine je Turistička zajednica sa svojim djelatnicima sudjelovala na **turističkom sajmu u Ljubljani** krajem ožujka, gdje je zajedno s Klasterom imala pult na štandu HTZ-a. Kao i prije pandemije, održana je prezentacija u **presica u Veneciji** za promociju regate i destinacije Novigrad.



Kao poseban projekt, početkom lipnja je iz Novigrada krenula jedna nova **sportsko-ekološka inicijativa** usmjerena na očuvanje zdravlja i čistoće Jadranskog mora: Enrico Penini, sportaš i ekološki aktivist, prvi je put ploveći morem na stand up pedalu, tzv. SUP, prošao čak 100 kilometara Jadranskog mora do talijanske obale u roku od svega 20-ak sati, s plemenitim ciljem promoviranja sporta na otvorenome i očuvanja prirode.



Krajem rujna, odnosno na Svjetski dan turizma 27. rujna, **predstavljen je novi brend destinacije** Novigrad u Centru za manifestacije i kulturu Novigrad. Nakon više pokušaja predstavljanja novog brenda destinacije, kojeg smo u međuvremenu već počeli primjenjivati, zbog epidemioloških mjera i drugih razloga nije bilo prilike predstaviti ga široj javnosti. Na prezentaciji su sudjelovali predstavnici javnog i privatnog sektora, odnosno nositelji turističke ponude grada te pokretači i izvođači ovog vrlo bitnog projekta za Novigrad, započetog još 2018. godine. Osim samog brenda, predstavljeni su i video materijali, odnosno promotivni filmovi koji su snimljeni tijekom ljeta 2020. godine, dok je 2021. godine dovršena produkcija preko 20 promotivnih spotova.



Za aktivnosti sudjelovanja na sajmovima i posebnim prezentacijama utrošeno je ukupno 27.616 kn, što je 8% od prvotno planiranog i očekivanog iznosa, a čini 1% svih rashoda. U odnosu na 2021. godinu, to je povećanje od 167%, dok je u odnosu na 2019. trošak manji za 6%.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	30.000 kn	30.000 kn	27.616 kn

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Sredstva su utrošena za pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata, samostalno ili u suradnji s klasterom, regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om. Aktivnosti su se provodile na način da se organizira obilazak destinacije, znamenitosti, uz smještaj, gastronomsku ponudu i vinske probe, ovisno o interesu novinara i studijskih grupa, a TZ grada Novigrada-Cittanova organizirala je stručno vođenje te pokrivala troškove obroka i smještaja.

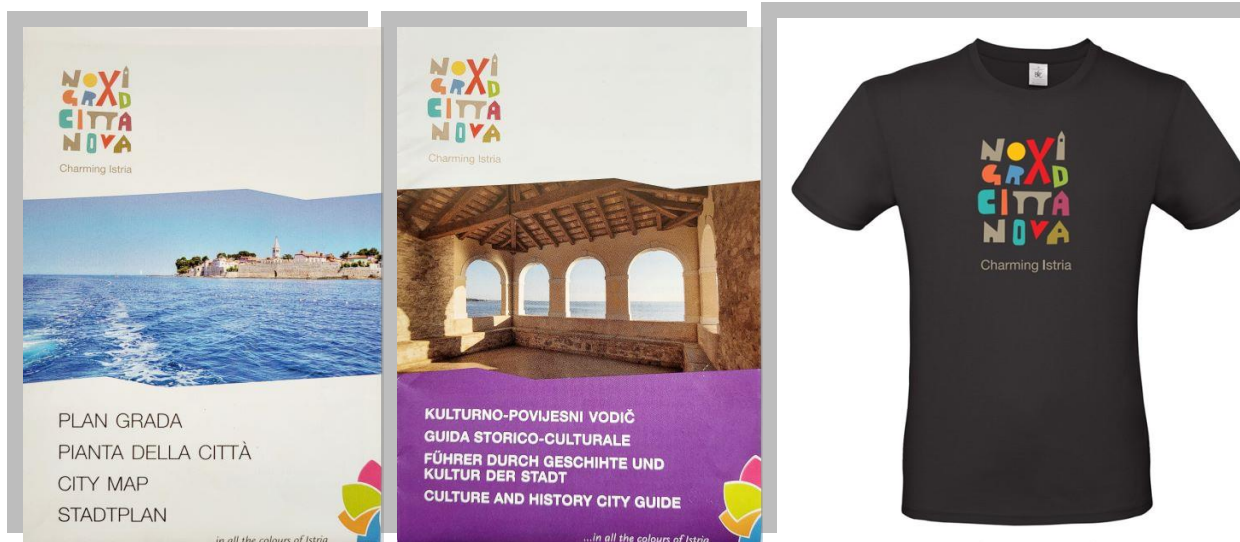
Ostvareno je ukupno 10.480 kn troška, što je 5% više od prvotno planiranog i očekivanog iznosa a čini manje od 1% svih rashoda. Navedeni iznos je dvostruko veći u odnosu na 2021. godinu te 18% veći nego 2019. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	10.000 kn	10.000 kn	10.480 kn

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Kroz ovu stavku realizirane su aktivnosti grafičkog oblikovanja i tisak raznih brošura koje su izdane tijekom 2022. godine te drugi grafički materijali koji služe u promotivne svrhe. Brošure se pripremaju za tisak prema iskazanim potrebama tržišta, a dio publikacija i njihovih sadržaja potrebno je prilagoditi potrebama današnjih posjetitelja i preusmjeriti ih za korištenje u online obliku, prilagoditi za objavu na web stranicama kao i mobilnim aplikacijama, sukladno suvremenim trendovima promocije i zahtjevima publike.

U stavku su uvršteni troškovi za pripremu i **tisak brošura** s ostvarenim iznosom od 86.917 kn (bike karte, plan grada, kulturni vodič, mjesečni program događanja, mape i vrećice te ostali tiskani materijali) te **troškovi izrade i otkupa suvenira i promotivnih materijala** u iznosu 31.293 kn.



U odnosu na protekle dvije, ove godine tiskana je veća količina promidžbenog materijala te je na materijalima primijenjeno vizualno rješenje s novim brendom destinacije. Tiskane su bike karte, ažurirani plan grada, kulturno-povijesni vodič s izmijenjenim sadržajem i novo ucrtanim planom grada, ljetni kalendar manifestacija te ostali tiskani materijali (promotivni roll-up TZ-a s novim brendom, letci, plakati i dr. za najavu ljetnog tjednog programa događanja, itd.). Od suvenira, tiskane su majice, pamučne torbe, blok notesi, kemijske olovke i privjesci s novim brendom.

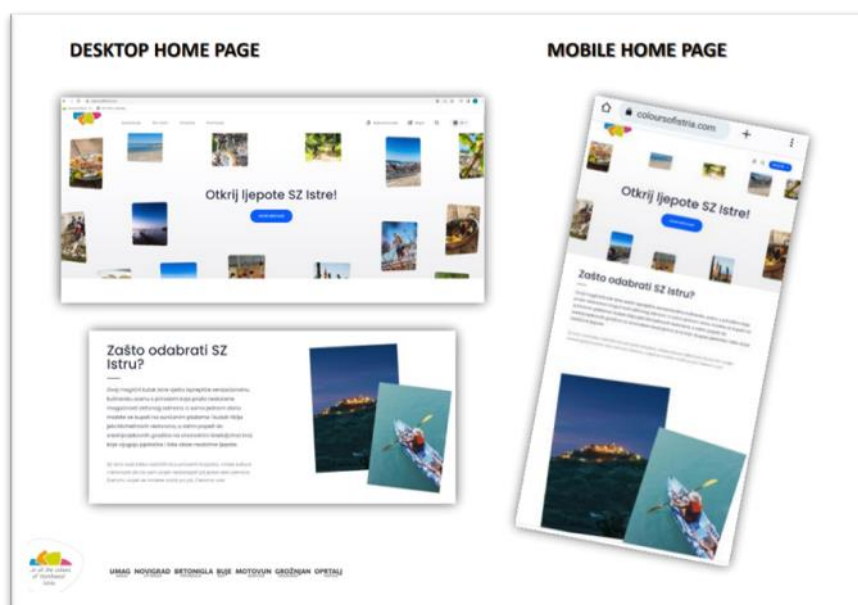
Ukupno je za kreiranje promotivnog materijala utrošeno 118.210 kn što čini 2% ukupnih rashoda, odnosno 1% manje od očekivanog iznosa, dok je u odnosu na 2021. to čak 3,5 puta više te 22% više u odnosu na 2019. godinu.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	120.000 kn	119.127 kn	118.210 kn

3.8. Internetske stranice

Stavka podrazumijeva razvoj i održavanje web stranice te upravljanje sadržajem na internetskim stranicama.

Za potrebe izrade nove web stranice Klastera sjeverozapadne Istre s pridruženim turističkim zajednicama Grožnjana, Oprtija i Motovuna, direktorica je kao član radne skupine sudjelovala na radionicama i sastancima za definiranje dizajna, kategorija i sadržaja nove stranice. U prvom dijelu godine odrađena je detaljna analiza i revizija sadržaja za sve destinacije, pa tako i za Novigrad, te su pregledani i ažurirani svi članci objavljeni ranijih godina u svim jezičnim varijantama. Sredinom srpnja dostavljen je testni link novog web-a te je u nekoliko navrata odrađena kompletan pregled i analiza stranice, a TZ je aktivno sudjelovala u dostavljanju prijedloga za poboljšanje.



Krajem rujna stranica je puštena u rad, a to tada TZG je sudjelovala u pripremi sadržaja i informacija za objave, u aktivnostima e-marketinga, kao i na sastancima klaster tima.

Turistička zajednica je za potrebe ažuriranja sadržaja na web stranicama uređivala i pripremala sve tekstove i fotografije za objave te uređivala i slala materijale za objavu na stranicama županijske turističke zajednice.

Za potrebe uređenja sadržaja za novu nacionalnu stranicu [croatia.hr](https://visitnovigrad-istria.croatia.hr/), održane su edukacije za djelatnike lokalnih TZ-a te je novigradska turistička zajednica uspješno implementirala sav planiran sadržaj: <https://visitnovigrad-istria.croatia.hr/>

Stavka je podijeljena na web stranicu Novigrada, od koje se odustalo te stoga nisu ostvareni troškovi, te na web stranicu klastera, za što je ostvareno 99.965 kn troška sukladno očekivanom, što čini 2% ukupnih troškova i u odnosu na 2021. godinu to znači povećanje od 59% te 2% manje nego 2019. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	250.000 kn	100.000 kn	99.965 kn

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 potrebe **izrade sadržaja za objave**, odrađene su lekture i prijevodi na 4 jezika, za što je utrošeno 11.663 kn.

Zatim je odrađena **foto produkcija** za određene manifestacije i općenito za destinaciju za što je ukupno utrošeno 25.466 kn, a za vrijeme trajanja Europskog prvenstva mažoretkinja, izrađena je i milenijska fotografija od poznatog fotografa Šime Strikomana.

Za potrebe **izrade video materijala**, izrađeno je preko 20 kratkih promotivnih spotova po temama, kao i video produkcija za određene manifestacije, za što je utrošeno 46.342 kn.

Ukupno je za sve aktivnosti utrošeno 83.470 kn, što je 51% manje od prvotnog plana te 4% manje od očekivanog, a čini 2% ukupnih troškova. Navedeni iznos duplo je veći od ostvarenja iz 2021. i 2019. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	170.000 kn	87.000 kn	83.470 kn

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

Turističko-informativne aktivnosti obuhvaćaju upravljanje TIC-om (svi troškovi za funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključujući plaće turističkih informatora), zatim održavanje turističke signalizacije te web kamera, za što je ukupno utrošeno 384.193 kn, što je 9% više od prvotno planiranog iznosa te 2% više od predviđenog, a čini 7% svih ostvarenih rashoda. U odnosu na 2021. godinu, povećan je iznos za 34%, dok je u odnosu na 2019. iznos veći za 85%.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	353.200 kn	376.200 kn	384.193 kn

U sklopu TZG-a djeluje **Turističko informativni centar** koji je otvoren cijele godine, a tijekom 5 mjeseci zbog povećanog obujma posla te cjelodnevnog rada, zaposlene su još dvije osobe, jedna od svibnja i druga od lipnja, pa do kraja rujna odnosno polovice studenog. Planom je predviđen veći iznos za zaposlene TIC-a zbog zapošljavanja voditelja turističko-informativne djelatnosti Ingrid Savarin, a uz definirane poslove, obavljala je i poslove kreiranja i unosa sadržaj na društvenim mrežama, provodila zadatke u okviru FLAG projekata i dr. Nadalje, tijekom godine konstantno su se vršili poslovi praćenja i utvrđivanja stanja zaliha promidžbenih materijala, skladište se redovito održavalo i organizirano su složeni svi dokumenti, promidžbeni prospekti, stručna literatura i ostali materijali. TIC je redovito obavještavao iznajmljivače, turističke agencije, kampove, hotele i druge smještajne kapacitete o važnim informacijama, pratio i vodio evidenciju o novim turističkim

sadržajima u destinaciji, prikupljao statističke podatke o turističkom prometu iz eVisitora te provodio ostale informativne aktivnosti za turiste i turističke subjekte.

Prošle godine su troškovi TIC-a povećani za čak 29% u odnosu na prvotni plan zbog velikog rasta cijena usluga, energije i materijala kao posljedica recesije.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Troškovi TIC-a	261.000 kn	326.595 kn	337.206 kn

Na području naše turističke zajednice raste broj predstavnika turističke ponude, smještajnih objekata i ostalih atrakcija, što predstavlja preduvjet za izradu novih i nadogradnju već postojećih tabli **turističke signalizacije**. I ove godine postavljena je nova turistička (smeđa) signalizacija na 4 lokacije jer su table bile uništene prilikom rekonstrukcije ceste Novigrad-Umag. U stavku ulaze troškovi zakupnina javnih i privatnih površina na kojima su postavljene table dobrodošlice, dok su na info tablama u starogradskoj jezgri odnosno city-lightima, tijekom cijele godine postavljeni različiti plakati najava manifestacija te promotivne kampanje s novim brendom destinacije, koje je također koordinirala i provodila direktorica.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Turistička signalizacija	85.000 kn	42.405 kn	39.787 kn

U stavku turističko-informativne aktivnosti uvršteni su i troškovi održavanja **web kamera** na 4 lokacije: gradska riva Mandrač, glavni gradski trg, područje Porporele te gradska plaža Karpinjan.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Web kamere	7.200 kn	7.200 kn	7.200 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.

U ovu stavku uvrštene su aktivnosti stručnih skupova i edukacija, koordinacije i nadzora, upravljanja kvalitetom te aktivnosti poticanja očuvanja i uređenja destinacije.

Ostvareni rashodi za destinacijski menadžment iznose 861.757 kn i čine 16% ukupno realiziranih rashoda. Utrošena sredstva manja su za 1% u odnosu na izmjene plana. Trostruko su veća u odnosu na 2021. godinu i za 73% su veća od nego 2019. godine.

	PLAN	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	1.020.000 kn	870.972 kn	861.757 kn

4.1. Stručni skupovi, edukacije i benchmarking

Ova grupa poslova podrazumijeva edukativne radionice i seminare za predstavnike turističke industrije, edukativne radionice i seminare za sustav turističkih zajednica te stručne skupove dionika turističke aktivnosti.

TZ kontinuirano radi na edukaciji zaposlenih, ali i ostalih subjekata javnog i privatnog turističkog sektora kako bi se unaprijedila znanja, a time i poboljšala učinkovitost promocije na svim razinama. U sklopu ove aktivnosti, krajem ožujka održana je i eno-gastronomska manifestacija Wine VIP Event s velikim brojem edukacija za vinare, ugostitelje i hotelijere. Uz to, djelatnici TZ-a sudjelovali su na radionicama i edukacijama s različitim temama kao što su „pametni“ turizam, društvene mreže, digitalni marketing, održivi event, radionice za novi klusterski web te sudjelovanje na stručnom skupu Dani hrvatskog turizma.

Ukupno je ostvareno 29.851 kn rashoda, sukladno planu, koji čini 1% svih rashoda, a u odnosu na 2021. godinu utrošeno je gotovo deset puta više sredstava te pet puta više nego 2019. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	30.000 kn	30.000 kn	29.851 kn

4.2. Koordinacija i nadzor

Stavka obuhvaća usklađivanje planskih aktivnosti, nadzor planskih i izvještajnih dokumenata lokalnih turističkih zajednica te definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala te smjernica za provedbu marketinških aktivnosti.

Lani je sredinom srpnja obavljen nadzor nad radom TZ-a od strane Ministarstva turizma i sporta te je u tu svrhu pripremljena i dostavljena kompletna tražena dokumentacija koja obuhvaća sve izvještaje, programe rada, zapisnike, odluke, natječaje i opće akte koje je TZ provodila u 2021. i 2022. godini. Prema zaprimljenom izvještaju o obavljenom nadzoru, zaključeno je da je „TZ u zakonskom roku usuglasila svoje ustrojstvo i izvršavala propisane ciljeve i zadatke, te da je uskladila svoj opći akt za rad i djelovanje stručne službe TZ-a sukladno novom Pravilniku o posebnim uvjetima koje moraju ispunjavati zaposleni u turističkim zajednicama“. Utvrđeno je i da je rad na sjednicama Turističkog vijeća i Skupštine u skladu sa zakonskim obvezama, ali „Skupština Zajednice nije održala sjednicu u zakonskom roku do kraja ožujka te se stoga skreće pozornost TZ-u da prilikom ispunjenja obveza vodi računa o rokovima zasjedanja Skupštine“. Nadalje, u izvještaju se utvrđuje da TZ poštuje odredbe Zakona o pravu na pristup informacijama i Opće uredbe o zaštiti podataka (GDPR). U stavku koordinacije i nadzora uključeni su troškovi koordinacije TZ Novigrada s klasterom i sustavom TZ-a, za što je realizirano 2.372 kn troška sukladno planu, odnosno izmjenama plana.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	2.000 kn	2.372 kn	2.372 kn

4.3. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Stavka podrazumijeva sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji s ciljem podizanja kvalitete ponude u destinaciji.

Turistička zajednica grada Novigrada tradicionalno organizira akciju nagrađivanja uređenih okućnica i balkona te privatnih subjekata s područja Novigrada. Cilj akcije je podizanje općeg nivoa kvalitete životnog prostora kroz očuvanje zdrave životne sredine, čistoću prostora i stvaranje klime dobrodošlice. U sklopu ove stavke uključeni su i prigodni pokloni i zahvalnice koji se dodjeljuju dugogodišnjim gostima Novigrada za njihovu vjernost i dugogodišnje prijateljstvo te doprinos razvoju i unapređenju hrvatskog turizma.

Ukupno je za nagrade i priznanja utrošeno 7.486 kn, što je 25% manje od prvotnog plana te 6% manje od izmjene plana, odnosno 10% manje nego 2021. godine i 11% manje nego 2019. godine.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	10.000 kn	8.000 kn	7.486 kn

4.4. Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije

U svrhu poboljšanja uvjeta boravka gostiju u destinaciji te očuvanja i stvaranja prepoznatljivog i privlačnog turističkog okruženja, TZG potiče i sudjeluje u uređenju destinacije. Aktivnosti imaju za cilj podizanje kvalitete komunalne infrastrukture te razvoj ekološke svijesti kod nositelja turističke ponude.

S ciljem unapređenja kvalitete i standarda urbanog prostora u starom gradu, u suradnji s Gradom za 2022. godinu realizirana je financijska potpora za **uređenje destinacije**, odnosno za uređenje starogradske jezgre koja je planirana u 2021. godini, ali je zbog gospodarske situacije investicija odgođena. Uredile su se, odnosno popločile ulice u starom gradu, kao što to učinjeno u ulici Zidine. Ukupno je za ove investicije utrošeno 700.000 kn, što je 7% manje od prvotnog plana te u skladu s izmjenama plana, a navedeni trošak predstavlja 13% ukupnih rashoda.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Uređenje destinacije	750.000 kn	700.000 kn	700.000 kn

Radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, planom je predviđeno 100.000 kn potpore projektu ili inicijativi za **razvoj atrakcija** i drugih sadržaja od turističkog značaja ili za razvoj novih turističkih proizvoda u skladu s vrijednostima brenda i imidžem Novigrada kao turističke destinacije. Projekt nije realiziran zbog nedostatka vremena za realizaciju s obzirom na velik broj drugih sadržaja koje je provodila Turistička zajednica.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Razvoj atrakcija	100.000 kn	0 kn	0 kn

U cilju poboljšanja uvjeta boravka gostiju u Novigradu, planom su predviđena sredstva od 100.000 kn za potrebe **suradnje sa subjektima javnog i privatnog sektora** za bolje funkcioniranje i podizanje dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi. Najbitnije aktivnosti odnose se na poticanje očuvanja destinacije, a TZ je, u koordinaciji s gradskom upravom i komunalnim poduzećem, sudjelovao u provedbi sadnje drvoreda, čišćenja i održavanja plaža, postavljanju kabina za presvlačenje na plažama, u provedbi kontrole i suzbijanja populacije galebova, u postavljanju nove meteorološke stanice i novog reklamnog natpisa na pročelje zgrade TZ-a i dr. Za navedene aktivnosti utrošeno je 105.598 kn, sukladno izmjenama plana, što predstavlja 2% ukupnih rashoda, a u odnosu na 2021. godinu to je 2,5 puta više te gotovo dvostruko više u odnosu na 2019. godinu.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Suradnja j. i pr. sektor	100.000 kn	105.600 kn	105.598 kn

Osim navedenih planiranih aktivnosti, zbog problema manjka timova hitne pomoći tijekom ljetnih mjeseci, održana je koordinacija lokalnih TZ-a Istre, TZIŽ i Zavoda za hitnu medicinu IŽ te je definiran model **sufinanciranja dodatnih timova hitne medicinske pomoći** u Umagu. Kako bi se osiguralo još dva tima hitne pomoći u razdoblju od 1.7. do 31.8. na području Bujštine, bilo je potrebno osigurati 184.000 kn za pokrivanje troškova rashoda za zaposlene, odnosno za dva doktora medicine i za dvije medicinske sestre/tehničara. Turistička zajednica Istarske županije sufinancirala je 10% ukupnih

troškova, a turističke zajednice Klastera SZ Istre (Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje) sufinancirale su ostatak iznosa od 165.600 kn. Sukladno udjelu u noćenjima, TZG Novigrada-Cittanova sudjelovala je s iznosom od 44.066 kn.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Uređenje destinacije	0 kn	44.066 kn	44.066 kn

Od **ostalih aktivnosti za očuvanje i uređenje destinacije**, u suradnji sa SRK Erik Radin, održane su dvije eko akcije čišćenja podmorja. U suradnji i koordinaciji s ostalim subjektima javnog i privatnog sektora, provedene su i ostale aktivnosti u sklopu Novigradskih eko dana - edukativne predstave za djecu predškolskog uzrasta, radionice na temu ekologije, sadnja stabla tamarisa na području Rivarele i dr., za što je utrošeno ukupno 16.450 kn, što je 25% manje od prvotnog plana te 34% manje od izmjene plana zbog odgode sadnje drvoreda u sklopu akcije HTZ-a.

	Plan	Rebalans	Ostvarenje
Utrošena sredstva	22.000 kn	25.000 kn	16.450 kn

5. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U administrativne rashode svrstani su svi poslovi ureda turističke zajednice kao i ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada TZ-a.

Turistički ured je tijekom 2022. godine efikasno obavljao sve stručne i administrativne poslove TZ-a sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutu TZG-a. Ured TZ-a provodio je sve potrebne poslove za izvršenje zadataka sukladno Zakonu, pripremu pravilnika i ostalih akata, kao i poslove za ostvarenje programa rada TZ-a za 2022. godinu.

S obzirom na novu zakonsku regulativu kojom se direktorima TZ-a uvodi mandat na 4 godine, sukladno uputama dobivenima iz MINTS-a, turistička zajednica provela je natječaj za izbor i imenovanje direktora u roku te su u skladu s tim izvršene sve obaveze.

U stavku su svrstani rashodi za plaće djelatnika, materijalne izdatke TZ-a te naknade za rad Tijela TZ-a.

Voditeljica administrativnih poslova redovito je pratila stanje zaduženja i naplate turističke pristojbe, vodila brigu o ispravnosti podataka i zaduženje obveznika, obavještavala dužnike i provodila ostale administrativne poslove vezano uz naplatu potraživanja. Također, uredno je vodila svu poslovnu dokumentaciju i provodila nabavu potrebne uredske opreme.

Zbog povećanja cijena materijala, energije i usluga, ukupni rashodi za administrativne poslove povećani su za 12% u odnosu na prvotni plan te za 2% u odnosu na izmjene plana, a čine 14% svih ostvarenih rashoda. Rashodi su realizirani s iznosom od 758.856 kn, što je na nivou 2021. godine zbog smanjenja rashoda za plaće djelatnika (do 2021. godine su u administrativne rashode knjižene plaće za Kristijana Nemeta koji je od 1.1.2022. prešao na novo radno mjesto), dok su odnosu na 2019. administrativni rashodi manji za 1%.

Od ukupnog iznosa, 506.558 kn je utrošeno za plaće djelatnika, zatim 142.912 kn izdataka za usluge, odnosno 10% više od rebalansa zbog većih cijena usluga održavanja. Slijede materijalni izdaci u iznosu od 48.865 kn, što je dvostruko više od prethodnih godina zbog rasta cijena energenata i materijala, zatim troškovi sitnog inventara od 4.060 kn, nabava imovine u iznosu 3.000 kn, troškovi reprezentacije u iznosu 16.096 kn, premije osiguranja s ostvarenih 15.738 kn rashoda te ostali rashodi u iznosu 11.325 kn.

U navedenu stavku spadaju i rashodi za rad Tijela TZ-a, a ostvareni su s iznosom od 10.302 kn. Prošle godine održano je pet sjednica Turističkog vijeća i dvije sjednice Skupštine.

U srpnju je izvršen nadzor nad radom TZ-a od strane Ministarstva turizma i sporta te je sredinom kolovoza zaprimljeno Izvješće o obavljenom nadzoru.

	PLAN	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	680.000 kn	745.798 kn	758.856 kn

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.

7. PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU

Na kraju izvještajnog razdoblja, realiziran je manjak prihoda nad rashodima u iznosu od -597.793 kn. Uz ostvareni višak prihoda iz 2021. godine u iznosu od 1.310.390 kn, to je u konačnici knjigovodstveni višak od 712.597 kn.

Ukupno realizirani izdaci iznose 5.492.691 kn i ostvareni su sukladno izmjenama plana.

Rezultat poslovanja prema novčanom tijeku ostvaren je s manjkom od -906.714 kn, što uz preneseni višak od 1.310.390 kn iznosi 403.676 kn. Zbog obaveza prema dobavljačima koji su podmireni početkom godine, iznos viška novčanog tijeka iznosi 340.526 kn i taj će se višak prikazati u planu za 2023. godinu.

ZAKLJUČAK:

I prošle je godine situacija s pandemijom uzrokovala neizvjesnost u vrijeme predsezona, a time i pripreme 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 prvom kvartalu godine adekvatno reagirala prilagodivši dinamiku i provedbu svih aktivnosti u skladu sa smanjenim intenzitetom turističkog prometa, a time i smanjenim priljevima od turističke pristojbe i turističke članarine. Međutim, već u travnju je turistički promet počeo i nastavio rasti sve do kraja godine, te je u konačnici ostvaren odličan rezultat.

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

Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova je u protekloj godini realizirala gotovo sve planirane aktivnosti, sukladno uputama i zaključcima sa sjednica Turističkog vijeća te Izmjenama i dopunama programa rada i financijskog plana za 2022. godinu koje je usvojila Skupština TZ-a.

Izvešće o izvršenju programa rada – Tablični prikaz

	PRIHODI	PLAN 2022	REBALANS PLANA 2022	Ostvarenje 2022	Indeks Ostvarenje / Rebalans 2022	Indeks 2022/ 2021	Indeks 2022/ 2019	Udio %
1.	Izvorni prihodi	3.550.000	4.050.000	3.991.355	99	133	99	87%
1.1.	Turistička pristojba ukupno	3.200.000	3.550.000	3.490.935	98	131	100	76%
1.1.1.	Turistička pristojba	3.000.000	3.330.000	3.331.602	100	134	105	73%
1.1.2.	Turistička pristojba iz nautičkog turizma	200.000	220.000	159.333	72	82	53	3%
1.2.	Turistička članarina	350.000	500.000	500.420	100	155	93	11%
2.	Prihodi iz proračuna grada	300.000	520.000	521.500	100	841	106	11%
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	50.000	70.000	70.000	100	0	0	2%
4.	Prihodi iz EU fondova	853.149	0	0	0	0	0	0%
4.1.	FLAG projekt 2.3.1. - FishInNo - Valorizacija ribarske tradicije	446.220	0	0	0	0	0	0%
4.2.	FLAG projekt 4.2.1. - CHE FINO - Potrošnja i konzumacija ribe	371.054	0	0	0	0	0	0%
4.3.	FLAG projekt 2.2.1. - SUB-Nov i - Dodatni sadržaj	35.875	0	0	0	0	0	0%
5.	Prihodi od sponzorstva	16.228	3.500	3.000	86	0	0	0%
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	1.390.623	1.310.390	1.310.390	100	0	0	29%
7.	Ostali prihodi	0	0	122	0	4	0	0%
	UKUPNO PRIHODI BEZ PRENESENOG VIŠKA	4.769.377	4.643.500	4.585.977	99	150	94	78%
	SVEUKUPNO PRIHODI	6.160.000	5.953.890	5.896.367	99	193	121	100%

	AKTIVNOSTI	PLAN 2022	REBALANS PLANA 2022	Ostvarenje 2022	Indeks Rebalans / Plan 2022	Indeks 2022/ 2021	Indeks 2022/ 2019	Udio %
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	40.000	15.125	15.125	100	64	23	0%
1.1.	Izrada strateških/komunikacijskih dokumenata	20.000	0	0	0	0	0	0%
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	15.000	15.125	15.125	100	0	96	0%
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	5.000	0	0	0	0	0	0%
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	2.891.800	2.626.845	2.602.526	99	376	111	47%
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	272.000	170.000	184.966	109	180	79	3%
2.1.1.	Razvoj proizvoda klaster	212.000	130.000	147.275	113	181	72	3%
2.1.1.1	Bike	62.000	40.000	45.000	113	222	73	1%
2.1.1.2	Outdoor	30.000	15.000	18.000	120	117	59	0%
2.1.1.3	Gourmet	70.000	40.000	45.000	113	215	63	1%
2.1.1.4	Nogomet	30.000	30.000	30.000	100	120	136	1%
2.1.1.5	Tenis	5.000	2.000	2.000	100	0	43	0%
2.1.1.6	Wellness	15.000	3.000	7.275	243	0	51	0%
2.1.2.	Razvoj proizvoda TZG	50.000	30.000	29.191	97	137	100	1%
2.1.2.1	Novigradski suveniri	20.000	20.000	19.191	96	192	126	0%
2.1.2.2	Gallerion	10.000	10.000	10.000	100	100	100	0%
2.1.2.3	Turistički razgled Novigrada	10.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.2.4	Put vinara	10.000	0	0	0	0	0	0%
2.1.3.	Ronilački - snorkling turizam	10.000	10.000	8.500	85	0	0	0%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	5.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.678.000	2.041.845	2.017.836	99	352	97	37%
2.3.1.	Zabavne manifestacije	1.000.000	1.461.109	1.469.155	101	413	117	27%
2.3.1.1	Lunasa	100.000	84.885	84.885	100	146	124	2%
2.3.1.2	Čarobni Novigrad	60.000	90.000	90.000	100	0	100	2%
2.3.1.3	Fešta Sv. Pelagija	300.000	618.255	619.130	100	601	140	11%
2.3.1.4	Fešta Sv. Ivana Krstitelja Dajla	20.000	55.955	56.112	100	480	138	1%
2.3.1.5	Glazba na svakom kutku	70.000	71.561	71.561	100	98	474	1%
2.3.1.6	Maškare	20.000	4.193	4.193	100	0	12	0%
2.3.1.7	Novigradske božične radosti	20.000	20.000	22.905	115	209	107	0%
2.3.1.8	Goodbye	20.000	20.000	24.109	121	0	111	0%
2.3.1.9	Cittanova Blues Festival	70.000	117.347	117.347	100	0	130	2%
2.3.1.10	Piazza grande music nights	150.000	154.654	154.654	100	0	74	3%
2.3.1.11	Prvomajski piknik	20.000	24.883	24.883	100	0	97	0%
2.3.1.12	Večer uličnih čarobnjaka - Kids' day	70.000	87.500	87.500	100	205	86	2%
2.3.1.13	Movie nights	30.000	29.075	29.075	100	0	60	1%
2.3.1.14	Jazz Corner	20.000	42.288	42.288	100	215	104	1%
2.3.1.15	Ostale zabavne manifestacije	30.000	40.513	40.513	100	112	538	1%
2.3.2.	Kulturne manifestacije	105.000	97.541	97.540	100	289	136	2%
2.3.2.1	Slikarski ex-tempore	20.000	19.900	19.900	100	96	100	0%
2.3.2.2	MFF: Novo kino Novigrad	5.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.2.3	Istria Folk Fest	10.000	15.000	15.000	100	0	271	0%
2.3.2.4	Glazbene večeri u lodi Belveder	15.000	17.153	17.153	100	0	0	0%
2.3.2.5	Novigrad u folkloru	15.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.2.6	Festival kratkog filma	30.000	30.000	30.000	100	0	200	1%
2.3.2.7	Ostale kulturne manifestacije	10.000	15.488	15.488	100	119	155	0%

	AKTIVNOSTI	PLAN 2022	REBALANS PLANA 2022	Ostvarenje 2022	Indeks Rebalans / Plan 2022	Indeks 2022/ 2021	Indeks 2022/ 2019	Udio %
2.3.3.	Sportske manifestacije	193.000	190.282	173.398	91	279	32	3%
2.3.3.1	Alpen Adria Swim Cup	35.000	36.190	36.690	101	184	0	1%
2.3.3.2	Istria Granfondo Family & Gourmet Tour	20.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.3.3	Novigrad-Cittanova Run	20.000	20.000	20.000	100	0	133	0%
2.3.3.4	Transadriatica regata	15.000	15.000	12.615	84	0	137	0%
2.3.3.5	Istrian Spring Trophies	18.000	18.000	18.000	100	0	257	0%
2.3.3.6	Prvomajski MTB maraton	5.000	5.000	5.000	100	0	0	0%
2.3.3.7	Prvenstvo mažoretkinja	30.000	30.498	30.498	100	172	0	1%
2.3.3.8	Ostale sportske manifestacije	50.000	65.594	50.594	77	205	10	1%
2.3.4.	Gastro manifestacije	180.000	118.304	116.563	99	125	77	2%
2.3.4.1	Taste & Town	40.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.4.2	Wine & Walk by the sea	30.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.4.3	Park Food Fest	80.000	85.000	86.009	101	0	126	2%
2.3.4.4	Che gusto	20.000	23.304	20.554	88	116	217	0%
2.3.4.5	Gourmet VIP event			0	0	0	0	0%
2.3.4.6	Ostale gastro manifestacije	10.000	10.000	10.000	100	0	143	0%
2.3.5.	Ostale manifestacije	30.000	33.222	33.222	100	305	206	1%
2.3.6.	Potpore manifestacijama i projektima	70.000	71.388	72.388	101	433	143	1%
2.3.6.1	Muzej Lapidarium - Arterija	10.000	10.000	10.000	100	132	0	0%
2.3.6.2	Ostalo	60.000	61.388	62.388	102	680	305	1%
2.3.7.	Potpore manifestacijama i projektima CMIK-a	100.000	70.000	55.571	79	0	0	1%
2.4.	Turistička infrastruktura	45.000	10.000	10.000	100	88	58	0%
2.4.1.	Uređenje i održavanje biciklističkih staza	15.000	10.000	10.000	100	107	58	0%
2.4.2.	Uređenje i održavanje pješačkih staza	30.000	0	0	0	0	0	0%
2.5.	Podrška turističkoj industriji	10.000	10.000	10.587	106	233	0	0%
2.6.	FLAG projekt 2.3.1. - FishInNo - Valorizacija ribarske tradicije	446.220	380.000	364.694	96	0	0	7%
2.7.	FLAG projekt 4.2.1. - CHE FINO - Potrošnja i konzumacija ribe	371.054	0	0	0	0	0	0%
2.8.	FLAG projekt 2.2.1. - SUB-Novi - Dodatni sadržaji	35.875	0	0	0	0	0	0%
2.9.	FLAG projekti - dodatni troškovi	28.651	15.000	14.444	96	0	0	0%
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.353.200	1.237.538	1.254.426	101	163	135	23%
3.1.	Definiranje branding sustava	30.000	30.000	30.900	103	107	62	1%
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	140.000	153.000	162.157	106	127	282	3%
3.2.1.	Opće oglašavanje (tisk, TV, radio)	60.000	73.000	74.704	102	165	183	1%
3.2.2.	Internet oglašavanje	50.000	50.000	56.825	114	108	340	1%
3.2.3.	Kampanja za promociju destinacije	30.000	30.000	30.628	102	102	0	1%
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	50.000	50.000	51.470	103	112	164	1%
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	200.000	282.211	285.966	101	222	92	5%
3.4.1.	Udruženo oglašavanje TZiž	200.000	200.000	203.755	102	172	66	4%
3.4.2.	Udruženo oglašavanje ostalo (Easy Jet)		72.211	72.211	100	722	0	1%
3.4.3.	Sponzorstva		10.000	10.000	100	0	0	0%
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	30.000	30.000	27.616	92	267	94	1%
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	10.000	10.000	10.480	105	211	118	0%
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	120.000	119.127	118.210	99	354	122	2%
3.7.1.	Brošure i ostali tiskani materijali	90.000	87.834	86.917	99	647	106	2%
3.7.1.1	Bike karte	15.000	9.146	9.146	100	106	109	0%
3.7.1.2	Plan grada / Kulturni vodič	30.000	33.500	33.500	100	0	200	1%
3.7.1.3	Mjesečni programi	5.000	5.188	5.188	100	0	104	0%
3.7.1.4	Mape i vrećice	10.000	10.000	10.157	102	0	169	0%
3.7.1.5	Ostali tiskani materijali	30.000	30.000	28.926	96	600	63	1%
3.7.2.	Suveniri i promo materijali	30.000	31.293	31.293	100	156	211	1%
3.8.	Internetske stranice	250.000	100.000	99.965	100	159	98	2%
3.8.1.	Web stranica Novigrad - aplikacije i sl.	150.000	0	0	0	0	0	0%
3.8.2.	Web stranica klastera	100.000	100.000	99.965	100	327	102	2%
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	170.000	87.000	83.470	96	215	241	2%
3.9.1.	Izrada i otkup sadržaja za objave	40.000	12.000	11.663	97	354	0	0%
3.9.2.	Izrada i otkup fotografija	60.000	25.000	25.466	102	165	96	0%
3.9.3.	Izrada i otkup video materijala	70.000	50.000	46.342	93	231	579	1%
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	353.200	376.200	384.193	102	134	185	7%
3.10.1.	Troškovi TIC-a (funkcioniranje TIC-a uključujući plaće tur. informatora)	261.000	326.595	337.206	103	169	185	6%
3.10.1.1	Izdaci za zaposlene	220.000	255.000	268.511	105	176	174	5%
3.10.1.2	Izdaci za usluge	15.000	33.000	31.584	96	144	420	1%
3.10.1.3	Materijalni izdaci	15.000	20.000	19.696	98	145	145	0%
3.10.1.4	Sitan inventar	3.000	6.000	4.686	78	125	150	0%
3.10.1.5	Nabava imovine	5.000	5.595	5.595	100	140	0	0%
3.10.1.6	Ostali rashodi	3.000	7.000	7.134	102	198	210	0%
3.10.2.	Turistička signalizacija	85.000	42.405	39.787	94	49	157	1%
3.10.2.1	Smeđa signalizacija	30.000	29.405	29.405	100	97	1.014	1%
3.10.2.2	Table dobrodošlice	30.000	10.000	9.070	91	19	65	0%
3.10.2.3	City lights - info table	10.000	3.000	1.313	44	51	16	0%
3.10.2.4	Ostalo (kulturni spomenici, pješačke staze i dr.)	15.000	0	0	0	0	0	0%
3.10.3.	Web kamera	7.200	7.200	7.200	100	109	0	0%

	AKTIVNOSTI	PLAN 2022	REBALANS PLANA 2022	Ostvarenje 2022	Indeks Rebalans / Plan 2022	Indeks 2022/ 2021	Indeks 2022/ 2019	Udio %
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	1.020.000	870.972	861.757	99	304	173	16%
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	6.000	0	0	0	0	0	0%
4.2.	Stručni skupovi, edukacije i benchmarking	30.000	30.000	29.851	100	875	499	1%
4.3.	Koordinacija i nadzor	2.000	2.372	2.372	100	156	111	0%
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji - nagrade i priznanja	10.000	8.000	7.486	94	90	89	0%
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije	972.000	830.600	822.048	99	304	171	15%
4.5.1.	Uređenje destinacije	750.000	700.000	700.000	100	351	233	13%
4.5.2.	Uvođenje atrakcija	100.000	0	0	0	0	0	0%
4.5.3.	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	100.000	105.600	105.598	100	264	164	2%
4.5.3.1	Suradnja za uređenje destinacije	100.000	61.534	61.531	100	0	0	1%
4.5.3.2	Sufinanciranje hitne pomoći	0	44.066	44.066	100	0	0	1%
4.5.4.	Ostalo (ekološke acije, svlačionice i dr.)	22.000	25.000	16.450	66	53	99	0%
5.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	680.000	745.798	758.856	102	100	99	14%
5.1.	Plaće	480.000	505.000	506.558	100	92	93	9%
5.2.	Materijalni troškovi	190.000	230.798	241.996	105	116	117	4%
5.2.1.	Izdaci za usluge	120.000	130.000	142.912	110	105	113	3%
5.2.2.	Materijalni izdaci	20.000	50.000	48.865	98	218	188	1%
5.2.3.	Sitan inventar	4.000	4.061	4.060	100	64	138	0%
5.2.4.	Nabava imovine	5.000	5.000	3.000	60	75	30	0%
5.2.5.	Reprezentacija	15.000	16.000	16.096	101	114	111	0%
5.2.6.	Premije osiguranja	16.000	15.738	15.738	100	110	123	0%
5.2.7.	Ostali rashodi	10.000	10.000	11.325	113	101	80	0%
5.3.	Tijela turističke zajednice	10.000	10.000	10.302	103	328	87	0%
6.	REZERVA	165.000	0	0	0	0	0	0%
	Amortizacija	10.000	20.000	20.263	101	0	81	0%
	UKUPNO IZDACI	6.160.000	5.516.279	5.492.691	100	217	119	100%
	UKUPNO RASHODI (knjigovodstveni prikaz - bez imovine)	6.150.000	5.505.684	5.183.770	94	209	112	94%
	SVEUKUPNO PRIHODI - UKUPNO RASHODI	0	448.206	-597.793	-133			-11%
	SVEUKUPNO PRIHODI - UKUPNO IZDACI			-906.714				
	PROKRIVANJE MANJKA/PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU			712.597				
	Višak prihoda - novčani tijek			340.526				

Novigrad, 27.02.2023.

Ur.broj: 60/2023