



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

GODIŠNJI PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NOVIGRADA – CITTANOVA ZA 2024. GODINU

Novigrad, prosinac 2023.

UVOD

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Novigrada-Cittanova, polazište je u osnovnim ciljevima turističke zajednice koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

- 1. Razvoj i marketing destinacije** kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.
- 2. Osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa** kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.
- 3. Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji** te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Ciljevi poslovanja u 2024. godini jesu:

- Povećanje fizičkog obujma prometa za 3% u odnosu na 2023. godinu;
- Povećanje broja dolazaka i noćenja u pred i posezoni s fokusom na tržišta iz Njemačke, Austrije, Italije i Slovenije;
- Razvoj ključnih proizvoda a poglavito gourmet proizvoda kroz održavanje novog TOP gourmet eventa te time jačanje prepoznatljivosti na tržištu;
- Jačanje digitalnih marketinških akcija uz suvremene tehnološke trendove;
- Pozicioniranje Novigrada kao sigurne i kvalitetne obiteljske destinacije okrenute aktivnom odmoru i umjerenom hedonizmu;
- Valorizacija ribarske i pomorske tradicije.
- Nastavak implementacije novog brenda;
- Izrada novih promotivnih materijala;
- Ulaganje u poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji kroz projekt popločenja ulica u starogradskoj jezgri, uređenje biciklističkih i pješačkih staza, razvoj novih atrakcija na javnim površinama te financiranje hitne pomoći tima T1 u Novigradu.

Ministarstvo turizma i sporta najavilo je i **novi Zakon o turizmu** koji bi trebao stupiti na snagu početkom 2024. godine. Nacionalnim planom oporavka i otpornosti kao reformska mjera predviđena je uspostava učinkovitog sustava razvoja **održivog, inovativnog i otpornog turizma**. Osnovni cilj sveobuhvatne reforme upravljanja razvojem turizma je uspostaviti učinkoviti okvir, organizacijski i pravni, za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti.

Donošenjem Zakona o turizmu kao krovnog zakona koji uređuje upravno područje turizma, **Turističke zajednice dobivaju novu ulogu u upravljanju destinacijom** i to kroz nastavak njihove transformacije u organizacije za upravljanje destinacijom (DMO), koje osim marketinške potpore imaju i ulogu okupljanja i koordinacije dionika s ciljem integriranog upravljanja destinacijom u smjeru održivosti. Ujedno se uspostavlja jasnija vertikalna i horizontalna povezanost unutar sustava turističkih zajednica. Osnivaju se nacionalna i regionalne koordinacije turističkih zajednica koje omogućavaju jasniju povezanost i koordiniranost rada. Alati koji će se turističkim zajednicama dati u upravljanju destinacijom, vezani su uz izradu planova upravljanja destinacijom i upravljanje turističkim tokovima. Ustrojstvo, zadaće i način rada te osnovna načela njihova financiranja i

gospodarenja, u dijelu u kojem to nije uređeno Zakonom o turizmu, ostaje uređeno odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20).

Novi zakon će ujedno predstavljati i okvir za praćenje i razvoj turizma uspostavljanjem sustava za praćenja i analize podataka, sektorski specifičan sustav poticanja ulaganja u turizmu, praćenja i analize ulaganja, definiraju se uloge ključnih dionika u razvoju turizma i međuresorna suradnja te definiraju pokazatelji i standardi osiguravanja održivosti turizma (osobito zelenih i digitalnih standarda).

Turističke zajednice će prema prijedlogu navedenog zakona izrađivati plan upravljanja destinacijom koji ima za cilj usmjeriti razvoj destinacije prema održivosti. Plan upravljanja destinacijom, kao planski dokument, sadrži analizu stanja i popis resursne osnove, pokazatelje održivosti na razini destinacije, mjere i aktivnosti potrebne za ostvarenje razvojnog smjera, prijedlog smjernica i preporuka za razvoj destinacije koje se predlažu jedinici lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave te popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije. Pri donošenju plana upravljanja destinacijom, turistička zajednica je dužna uključiti jedinicu lokalne i područne (regionalne) samouprave, javne ustanove i trgovačka društva u vlasništvu jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave i Republike Hrvatske, udruge koje izravno sudjeluju u kreiranju destinacijskog lanca vrijednosti u turizmu, nadležna tijela za prostorno planiranje, kao i sve dionike važne za planiranje razvoja turizma u destinaciji, provesti javno savjetovanje o prijedlogu plana upravljanja te na drugi primjeren način osigurati sudjelovanje lokalnog stanovništva u postupku njegova donošenja.

Postojeće turističke zajednice, dužne su uskladiti svoje opće akte s odredbama Zakona o turizmu, u roku od godinu dana od dana stupanja na snagu Zakona, dok je Plan upravljanja destinacijom lokalna turistička zajednica dužna donijeti u roku od dvije godine od dana stupanja na snagu ovoga Zakona.

Slijedom svega navedenog, u Programu rada TZ-a moraju biti obuhvaćene sve zadaće propisane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i NN 42/20) te sve zadaće/aktivnosti trebaju biti usklađene sa strateškim marketinškim planom.

Program mora biti izrađen po jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama koje je donijelo Ministarstvo turizma i sporta 2020. godine.

Planirane aktivnosti iskazane u Programu rada dobivene su temeljem analize ostvarenih rezultata u 2023. godini, te procjenom vrijednosti u 2024. godini. U programu rada se najprije analizira ostvareni turistički promet u 2023. godini, a potom analiziraju planirani prihodi i planirane aktivnosti za 2024. godinu prema novoj metodologiji i standardima planiranja turističkih zajednica.

Prijedlog Programa rada s financijskim planom za 2024. godinu izrađen je i u skladu sa strateškim dokumentima:

- Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine;
- Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027.;
- Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025.;
- Program ukupnog razvoja Grada Novigrada-Cittanova (PUR);
- Studija Definiranja turističke ponude Novigrada iz 2019. godine;
- Strateško pozicioniranje brenda Novigrad iz 2020. godine.

OSTVARENI TURISTIČKI PROMET I PREDVIĐANJA TURISTIČKIH KRETANJA ZA 2024. GODINU

Nakon što su posljednje tri godine bile pod utjecajem globalne pandemije, 2023. godina je bila prva „normalna“ turistička godina u smislu da putovanja više nisu bila ograničena i nije bilo restriktivnih mjera oko okupljanja i organiziranja manifestacija.

Kako se početkom godine i najavljivalo, očekivala se jako dobra turistička godina za Hrvatsku zbog uvođenja eura i ukidanja granica odnosno uvođenja Schengena. Ova očekivanja su i ostvarena pa je tako Novigrad i ove su godine ostvario odlične turističke rezultate, odnosno rekordan broj dolazaka i noćenja.

Novigrad je do kraja studenog ostvario 41.682 dolazaka, što je 6% više od lani, ali i od rekordne 2019. godine, te 1.332.415 noćenja, što predstavlja 3% više nego lani i 1% više od 2019. godine.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 2023. i 2022. godinu do 30.11.

Tip smještaja	Dolasci 2023	Dolasci 2022	Indeks 2023/2022	Noćenja 2023	Noćenja 2022	Indeks 2023/2022
Komercijalni	231.825	220.209	105	1.201.933	1.187.841	101
Nekomercijalni	9.857	8.392	117	130.482	102.115	128
UKUPNO	241.682	228.601	106	1.332.415	1.289.956	103

Najviše noćenja i ove su godine ostvarili Nijemci, ali je njihov broj dolazaka za 6% manji te noćenja 11% manje nego lani. Sljedeći su Slovenci kod kojih je zabilježeno 12% više dolazaka i 15% više noćenja, na trećem mjestu su Austrijanci sa 5% više dolazaka i 3% više noćenja, na četvrtom mjestu Česi sa 8% više dolazaka i 7% više noćenja te na petom mjestu po broju noćenja Talijani sa 3% više dolazaka i 6% više noćenja.

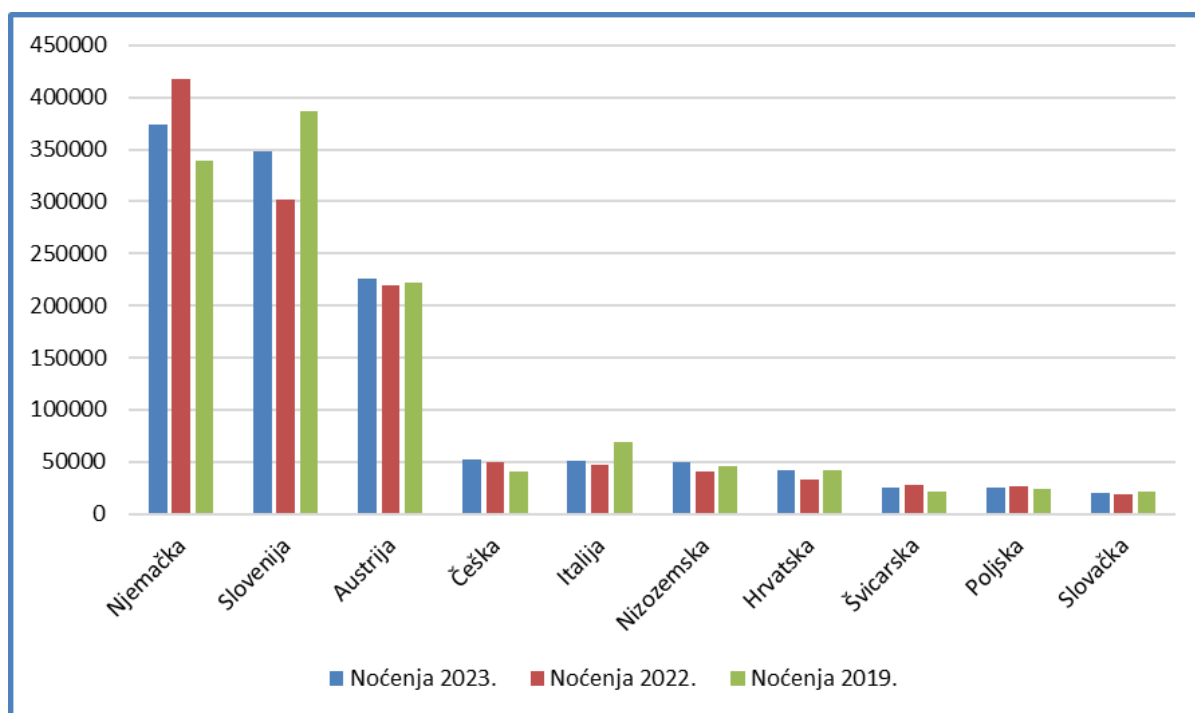
Tabela 2. Ostvareni broj noćenja TOP 10 zemalja za 2023. i 2022. godinu do 30.11.

R.br.	Zemlja	Noćenja 2023	Noćenja 2022	Indeks 2023/2022
1.	Njemačka	375.751	420.118	89
2.	Slovenija	352.789	307.173	115
3.	Austrija	229.521	221.944	103
4.	Češka	52.855	49.489	107
5.	Italija	51.020	48.234	106
6.	Nizozemska	49.814	41.235	121
7.	Hrvatska	43.503	35.390	123
8.	Švicarska	25.803	27.624	93
9.	Poljska	25.373	25.945	98
10.	Slovačka	20.721	19.196	108

Iz tablice je vidljivo da je u odnosu na prošlu godinu ostvaren značajan pad prometa kod nama najvažnijeg tržišta iz Njemačke, dok su sva ostala TOP 10 tržišta osim Švicarske i Poljske zabilježila

veći broj noćenja u odnosu na lani. Tu svakako valja istaknuti veći broj ostvarenih noćenja iz Nizozemske i domaćih gostiju.

Graf 1. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja po zemljama za 2023., 2022. i 2019. godinu:



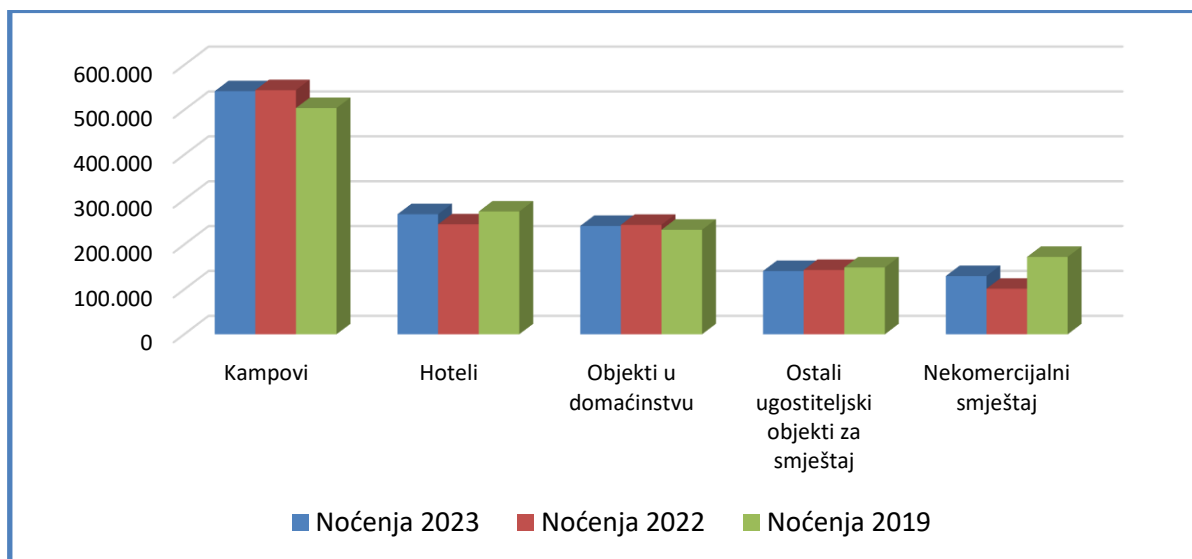
Usporednim prikazom ostvarenih noćenja po zemljama za 2023., 2022. i 2019. godinu, vidljiv je veći promet gostiju iz Njemačke, Nizozemske i Češke u odnosu na 2019. godinu, manji promet gostiju iz Slovenije i Italije u odnosu na 2019., dok su ostala tržišta na približno istom prometu.

Tabela 3. Pregled dolazaka i noćenja po vrsti objekta do 30.11.2023. s usporedbom 2022.

Vrsta smještaja	Dolasci 2023	Indeks 2023/2022	Noćenja 2023	Indeks 2023/2022
Kampovi	96.543	106	542.118	100
Hoteli	72.980	109	276.415	108
Objekti u domaćinstvu	35.849	102	242.131	99
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	26.453	100	141.269	98
Ukupno komercijalni smještaj	231.825	105	1.201.933	101
Nekomercijalni smještaj	9.857	117	130.482	128
Sveukupno	241.682	106	1.332.415	103

Promatrajući promet po vrsti objekta, rezultati su također jako dobri. Tako je u kampovima, u kojima boravi najveći broj novigradskih gostiju, ostvareno 6% više dolazaka nego lani te gotovo isti broj noćenja. Hoteli su također jako dobro radili i do kraja studenog zabilježeno je 9% više dolazaka i 8% više noćenja nego lani. U objektima u domaćinstvu odnosno privatnom smještaju ostvareno je 2% više dolazaka ali 1% manje noćenja, dok je u ostalim objektima za smještaj (pansioni, odmarališta i drugi gospodarski objekti) zabilježeno približno isti broj dolazaka kao i lani te 2% manje noćenja. U nekomercijalnom smještaju odnosno kod vlasnika kuća i stanova za odmor ove je godine zabilježeno 17% više dolazaka i 28% više noćenja, ali brojke svejedno ne prikazuju realne pokazatelje.

Graf 2. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja po vrsti objekta za 2023., 2022. i 2019. godinu:



Usporednim prikazom ostvarenih noćenja po vrsti objekta za 2023., 2022. i 2019. godinu, vidljivo je da je ove godine u odnosu na 2019. ostvaren rast broja noćenja u kampovima i u objektima u domaćinstvu, u hotelima je u odnosu na 2019. godinu ostvaren približno isti promet, dok je nešto manji promet ostvaren u ostalim objektima za smještaj i u nekomercijalnom smještaju.

Tabela 4. Pregled dolazaka i noćenja po mjesecima za 2023. i 2022. godinu

Mjesec	Dolasci 2023	Dolasci 2022	Indeks 2023/2022	Noćenja 2023	Noćenja 2022	Indeks 2023/2022
Siječanj	3.152	892	353	10.868	3.304	329
Veljača	3.866	2.045	189	12.450	5.919	210
Ožujak	6.620	4.399	150	21.159	13.575	156
Travanj	18.548	15.740	118	62.517	53.767	116
Svibanj	20.115	18.084	111	78.238	68.029	115
Lipanj	36.653	38.784	95	193.969	199.537	97
Srpanj	53.050	51.612	103	345.234	341.987	101
Kolovoz	50.969	50.803	100	371.119	376.513	99
Rujan	31.047	25.898	120	171.240	159.011	108
Listopad	14.097	16.122	87	54.321	55.850	97
Studeni	3.565	4.222	84	11.300	12.464	91

Iz tablice ostvarenja turističkog prometa po mjesecima u odnosu na lani vidljiv je veći turistički promet u svakom mjesecu osim u lipnju, kolovozu, listopadu i studenom.

Obzirom na dobre najave i već pokrenutim rezervacijama, za sljedeću godinu se očekuje povećanje fizičkog obujma prometa za 3% u odnosu na 2023. godinu, te povećanje broja dolazaka i noćenja tijekom pred i posezone s fokusom na tržišta iz Njemačke, Austrije, Italije, Nizozemske, Slovenije i domaćih gostiju.

Za planiranje izvornih prihoda u narednom razdoblju u obzir su uzeti fizički obujam prometa u tekućoj godini kao i gospodarska i tržišna kretanja imajući u vidu i najave za naredno razdoblje s obzirom na izazovno ekonomsko okruženje u Europi.

1. Izvorni prihodi

Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova svoje prihode ostvaruje pretežito iz **izvornih prihoda** – turističke pristojbe i turističke članarine. Nakon što je ove godine povećana visina turističke pristojbe od oko 20% u svim objektima za smještaj što je dovelo do povećanja prihoda od 30% u odnosu na 2019. godinu, predviđa se da bi izvorni prihodi u 2023. godini iznosili 735.000 eura što predstavlja 80% ukupno planiranih prihoda. U odnosu na očekivano ostvarenje 2023. godine, to je povećanje od 6%, odnosno 38% više od 2019. godine.

1.1. Prihodi od turističke pristojbe

Planom za 2024. godinu predviđaju se prihodi od turističke pristojbe u iznosu od 605.000 eura što je 4% više od očekivanih prihoda 2023. godine te 31% više u odnosu na ostvarenje 2019., a čini 66% ukupno planiranih prihoda.

U ovu stavku su uvršteni i prihodi turističke pristojbe od komercijalnih i nekomercijalnih objekata za smještaj koji se planiraju s iznosom od 580.000 eur što je 4% više od 2023. i 37% više od 2019. s udjelom od 63% u ukupnim prihodima. Predviđa se da će prihodi biti veći zbog većeg turističkog prometa za vrijeme pred i posezone te zbog prosječnog rasta visine TP u glavnoj sezoni od 10% u kampovima i privatnom smještaju radi zaokruživanja iznosa u eurima.

U istu stavku uvršteni su i prihodi TP od nautičkog turizma u koji se planiraju s iznosom od 25.000 eura, što je 14% više od očekivane realizacije 2023. ali 37% manje od 2019. godine te čini 3% ukupnih prihoda.

Važno je napomenuti da raspodjelu TP od nautičkog turizma vrši posebno Povjerenstvo osnovano pri MINTS-u koje vrši raspodjelu po županijama i lukama nautičkog turizma tj. TZ koje ostvaruju promet od nautičkog turizma. Lokalne turističke zajednice kao ni TZiŽ nisu u potpunosti upoznate s metodologijom i kriterijima za raspodjelu pa je stoga teško predvidjeti iznose prihoda prilikom izrade Programa rada. Sredstva se raspoređuju temeljem Pravilnika o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe za čarterska plovila, brodove za višednevna kružna putovanja i osobe koje borave na plovilu (nautičari). Sukladno čl.12. predmetnog Pravilnika sredstva turističke pristojbe uplaćuju se na račune turističkih zajednica i jedinica lokalne samouprave 30.4., 31.7., 30.9. i 31.12. Do trenutka pisanja ovog plana, na račun TZ-a uplaćeno je 4% više u odnosu na isto razdoblje lani.

1.2. Prihodi od turističke članarine

Zbog većeg obujma poslovanja turističkih subjekata u 2023. godini u odnosu na prethodne godine, planiranju se veći prihodi od turističke članarine te je procjena da će prihod iznositi 130.000 eur, što je 18% više od očekivane realizacije za 2023. godinu i 82% više od 2019. godine, s učešćem od 14% u ukupnim prihodima.

2. Prihodi iz proračuna grada

Prihodi iz Proračuna Grada Novigrada-Cittanova planiraju se s iznosom od 100.000 eura za potpore manifestacijama, što je 14% manje očekivanih prihoda iz 2023. godine te 53% više od realiziranih prihoda 2019. godine, a čini 11% ukupnih prihoda.

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Planirani iznos od sustava turističkih zajednica predviđa se u iznosu od 27.000 eur, što je gotovo 4 puta više u odnosu na 2023. te 8% više od realizacije 2019. godine, a predstavlja 3% ukupnih planiranih prihoda.

4. Prihodi iz EU fondova

Prihodi iz EU fondova se ne planiraju jer se sredstva od odobrena dva EU projekta očekuju u 2023. godini.

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti i sponzorstva

Prihodi od gospodarske djelatnosti i sponzorstva planiraju se s iznosom od 21.500 eur što 71% više u odnosu na 2023. i 65% više od ostvarenja 2019. godine. Kako je Zakonom dopušteno, to mogu biti prihodi od organizacije manifestacija i priredbi koje pridonose turističkom identitetu destinacije (prodaja ulaznica, bonovi, prihodi od sponzorstava i sl.), zatim prihodi od objavljivanja komercijalnih oglasa na vlastitim digitalnim online i offline kanalima komunikacije i zaključivanja sponzorskih ugovora u svrhu financiranja zadaća te prihodi od organiziranja stručnih skupova i edukacija (naplata kotizacija za sudjelovanje na stručnim skupovima i edukacijama).

6. Preneseni prihod iz prethodne godine

Zbog realizacije gotovo svih planiranih aktivnosti ove godine i više utrošenih sredstava od planiranog, prijenos prihoda od ove godine, uz preneseni prihod iz 2022. godine (u iznosu 45.195 eur) predviđa se u iznosu od 29.731 eur i čini 3% ukupno planiranih prihoda.

7. Ostali prihodi

Ostali prihodi predviđaju se u iznosu od 1.769 eura i čine manje od 1% ukupno planiranih prihoda.

Ukupno se planira prihod od 915.000 eura, što je 4% više od očekivanih prihoda u 2023. godini te 42% više u odnosu na 2019. godinu, ne uzimajući u obzir prihode iz EU fondova za koje se očekuje isplata u 2023. godini.

II PLAN AKTIVNOSTI

Aktivnosti za sljedeću godinu planirane su maksimalno racionalno, polazeći od obveze ispunjavanja novih zakonskih zadaća turističke zajednice i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja raspoloživih sredstava.

Turistička zajednica ima slijedeće zadaće, a koje su definirane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutom TZG Novigrada-Cittanova:

1. RAZVOJ PROIZVODA uključuje:

- razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode kao inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda;
- razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju;
- strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini;
- praćenje i apliciranje na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja;
- sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica i dr.

2. INFORMACIJE I ISTRAŽIVANJA uključuje:
 - izradu i distribuciju informativnih materijala;
 - stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama i profilima društvenih mreža;
 - osnivanje, koordinaciju i upravljanje turističkim informativnim centrima;
 - suradnju sa subjektima javnog i privatnog sektora radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije;
 - izradu i održavanje sustava turističke signalizacije;
 - operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima i dr.

3. DISTRIBUCIJA se odnosi na:
 - aktivnosti koordinacije s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških radnji;
 - pripremu, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu;
 - pripremu destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima;
 - pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i dr.

Sve stavke s planiranim iznosima prikazane su po novom sustavu planiranja kako bi se postigao jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Planirane aktivnosti poslovanja predlažu se s ovim iznosima:

✓ Istraživanje i strateško planiranje	3.000 eur
✓ Razvoj turističkog proizvoda	422.000 eur
✓ Komunikacija i oglašavanje	215.440 eur
✓ Destinacijski menadžment	156.000 eur
✓ Administrativni rashodi	110.500 eur

Planom za 2024. godinu predviđaju se aktivnosti u ukupnom iznosu od 915.000 eur, odnosno 6% manje u odnosu na očekivano ostvarenje 2023. godine te 49% više u odnosu na 2019. godinu.

U najvećem obujmu planiraju se aktivnosti za **RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA** u iznosu od 422.000 eur što čini 46% ukupno planiranih rashoda. Ovdje su uvrštene aktivnosti identifikacije i vrednovanja resursa te strukturiranje turističkih proizvoda (**razvoj destinacijskih proizvoda** na razini klastera i na razini destinacije Novigrad) u iznosu od 33.000 eur. Najviše sredstava planira se za aktivnost podrške **razvoju turističkih događanja**, a odnosi se na organizaciju i suorganizaciju zabavnih, kulturnih, sportskih, gastronomskih i drugih manifestacija te sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata, za što se ukupno planira iznos od 384.500 eur, odnosno 42% ukupnih prihoda. Sljedeće aktivnosti ulaganja u turističku infrastrukturu (biciklističke i pješačke staze) s iznosom od 3.000 eur, te podrška turističkoj industriji sa 1.500 eur.

Sljedeća aktivnost s učešćem od 24% čini **KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE** u iznosu od 215.440 eura. I sljedeće godine će se fokus staviti na **digitalni marketing**. U ovu stavku uključene su aktivnosti za implementaciju brenda (3.000 eur), oglašavanje (21.000 eur), zatim troškovi PR aktivnosti (7.000 eur), troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama u suradnji sa TZIŽ (47.000 eur) i sa nogometnim klubom Udinese (25.000 eur), troškovi sudjelovanja na sajmovima i prezentacijama

(5.000 eur) i troškovi suradnje s organizatorima putovanja (2.000 eur). U ovu grupu smješteni su i troškovi tiskanja brošura, promidžbenih materijala i suvenira (20.000 eur) te upravljanje i održavanje internet stranica (15.000 eur) kao i troškovi kreiranja sadržaja odnosno foto i video produkcije (11.000 eur). Nadalje, ova stavka sadrži i turističko-informativne aktivnosti (56.440) odnosno troškove funkcioniranja TIC-a, uključujući i plaće sezonskih turističkih informatora te djelatnice koja će se baviti upravljanjem digitalnim promotivnim kanalima (48.000 eur). U stavku turističko-informativne aktivnosti uvršteni su troškovi turističke signalizacije (7.000 eur) te održavanja web kamera (1.440 eur).

Treća po obujmu je aktivnost za **DESTINACIJSKI MENADŽMENT** s učešćem od 17% u ukupnim rashodima koji su planirani s iznosom od 156.000 eur. Ova stavka uključuje troškove za turistički informacijski sustav i aplikacije (eVisitor, digitalizacija administrativnih poslova i dr.) u iznosu 1.000 eur, troškove za organizaciju stručnih skupova i edukacija (5.000 eur), aktivnosti koordinacije i nadzora (1.000 eur), zatim troškove upravljanja kvalitetom u destinaciji što podrazumijeva nagrađivanja i priznanja u turizmu (1.000 eur) te aktivnosti za **poticanje na očuvanje i uređenje destinacije** (143.000 eur). Upravo je ova stavka jedan od važnijih aktivnosti koje se planiraju provoditi u sljedećoj godini u suradnji s Gradom, s ciljem unapređenja kvalitete i standarda urbanog prostora u starom gradu, uz ostale aktivnosti uređenja mjesta, suradnje sa subjektima javnog i privatnog sektora radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, kvalitete javnih usluga kao i efikasnije zdravstvene skrbi građana i turista tijekom ljetnih mjeseci sufinanciranjem tima hitne medicinske pomoći u Novigradu.

Slijedi aktivnost za **ADMINISTRATIVNE POSLOVE** koji se planiraju s iznosom od 110.500 eur i čine 12% ukupno planiranih rashoda.

Tu su svrstani svi poslovi ureda turističke zajednice, odnosno plaće, materijalni troškovi i naknade za rad Tijela turističke zajednice.

Posljednja stavka s učešćem manjim od 1% je **ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE** koje se planira u iznosu od 3.000 eur a odnosi se na izradu strateških ili komunikacijskih dokumenata.

Sve stavke s planiranim iznosima detaljno su prikazane u nastavku prema novoj metodologiji i strukturi programa rada.

Sve stavke s planiranim iznosima detaljno su prikazane u nastavku prema novoj metodologiji i strukturi programa rada.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

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

Ukupno se za ovu stavku planira iznos od 3.000 Eur, što predstavlja manje od 1% ukupno planiranih rashoda, a sredstva se planiraju za izradu strateških/komunikacijskih dokumenata odnosno za izradu dokumentacije za provedbu dodatnih sadržaja i atrakcija na području destinacije Novigrad (kao podloga za buduće projekte financirane od EU fondova).

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova

Planirani iznos: 3.000 Eur

Rok izvršenja: Prosinac 2024.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Prema novim zakonskim odredbama, turističke zajednice funkcioniraju po modelu destinacijske menadžment organizacije što podrazumijeva turističke aktivnosti dionika radi stvaranja integriranog i konkurentnog destinacijskog proizvoda.

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

Planom su predviđena sredstva u iznosu od 422.000 Eur, što predstavlja 46% ukupno planiranih aktivnosti.

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Sukladno dugogodišnjim aktivnostima Turističke zajednice na razvoju i promociji destinacijskih proizvoda, stavka je podijeljena na aktivnosti za razvoj ključnih proizvoda Klastera SZ Istre (za razvoj biciklizma, outdoor aktivnosti, nogometa, tenisa, wellnesa i gourmet proizvoda), na aktivnosti razvoja proizvoda na nivou TZ Novigrada-Cittanova i na novu aktivnost razvoja snorkling turizma odnosno ronjenje.

Nositelj aktivnosti: TZ Novigrad i Klaster SZ Istre
Planirani iznos: 26.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Ova stavka odnosi se na označavanje kvalitete npr. obiteljskog smještaja i općenito dodjele kvalitete za što se ne planiraju sredstva.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Atraktivni programi manifestacija obogaćuju turističku ponudu mjesta, generiraju dolaske i noćenja, promiču mjesto kao poželjnu turističku destinaciju i rezultiraju povećanom turističkom potrošnjom. Stoga se organizaciji manifestacija uvijek pristupa s posebnom pažnjom. Već godinama TZG Novigrada-Cittanova je organizator cijelog niza zabavnih, kulturnih, sportskih, eno-gastronomskih i drugih događanja osmišljenih u cilju kreiranja razloga za dolazak, kao i zabave i ugodnijeg boravka gostiju na našem području.

U planu je organizacija niz tematskih manifestacija i programa s implementacijom novog brenda, počevši od Uskrsa pa sve do kraja godine, koji se oslanjaju na promociju destinacijskih proizvoda, na prirodna i kulturna bogatstva te doživljajna iskustva.

Sve manifestacije grupirane su u tematske cjeline, odnosno zabavne, kulturne, sportske, gastro i ostale. U okviru svake tematske grupe, TZ će organizirati ili financijski podržati one manifestacije i projekte koji mogu doprinijeti razvoju prioriternih proizvoda, ali i ostale aktivnosti koje mogu obogatiti i diversificirati turističku ponudu destinacije.

U planu za sljedeću godinu, uz brojna i već tradicionalna događanja poput *Lunase*, *Fešte sv. Pelagija*, *Čarobnog Novigrada*, itd., u planu je i niz kulturnih (*Istria Folk Fest*, *Festival kratkog metra*, *Susret zborova* i dr.) ali i sportskih događanja odnosno natjecanja i prvenstva koja se uglavnom organiziraju u pred i posezoni. U cilju povećanja broja noćenja van glavne sezone, upravo organizacijom takvih događanja izravno se utječe na dolazak većeg broja profesionalnih ili pak amaterskih sportaša u našu destinaciju. Planom su predviđena sredstva za velike biciklističke utrke *Istrian Spring Trophy* i *Istria Granfondo*, zatim Europsko prvenstvo mažoretkinja, *Alpen Adria Swim Cup*, *Novigrad-Cittanova Run* i dr.

U cilju razvoja novih evenata i jačanja prepoznatljivosti Novigrada kao blues destinacije, u planu je nastavak potpore za *Cittanova Blues Festival* ali po drugačijem konceptu uz više edukativnih aktivnosti.

Za dodatan razvoj turističkog proizvoda i veće afirmacije Novigrada kao kvalitetne gourmet destinacije, predlaže se uvođenje mini Wine&Walk eventa pod nazivom *Taste & Town* koji predviđa kraću šetnju uz degustacije lokalnih vina i istarskih jela po ugostiteljskim objektima na otvorenom, uz manje grupe, i to za vrijeme predsezone. Planira se i nastavak organizacije dva termina eventa *Park Food Fest* (u proljeće i jesen) te organizacija novog *gourmet eventa*, koji bi na jednom mjestu okupio ponajbolje chefove lokalnih i inozemnih restorana, najbolju ponudu vina, maslinovog ulja i dr. te kvalitetnom ponudom pridonio valorizaciji Novigrada te u grad doveo novi profil gostiju odnosno ciljanu publiku.

Za glavnu sezonu planira se nastavak bogatog programa ispunjenog nizom manifestacija za sve generacije i različite ukuse (Stars'n'Town), ali s nešto manjim brojem termina, zbog visokih troškova produkcije i honorara. Cilj ovog programa je podizanje imidža Novigrada kao grada doživljaja sa sadržajima namijenjenima svim uzrastima i različitim interesima posjetitelja. Program uključuje sljedeće manifestacije: Večer uličnih čarobnjaka – *Kids' day*, jazz večeri, projekcije filmova – *Movie Nights*, koncerti na trgu – *Piazza Grande Music Nights*, koncerti klasične i evergreen glazbe u posebnom ambijentu gradske lože Belveder, Glazba na svakom kutku, idr..

Detaljniji prikaz planiranih manifestacija nalazi u sklopu financijskog plana za 2024. godinu koji je sastavni dio ovog dokumenta.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova i ostali organizatori događanja
Planirani iznos: 384.500 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

2.4. Turistička infrastruktura

U ovu stavku uvršteni su troškovi uređenja i održavanja biciklističkih i pješačkih staza. Uz uobičajeno održavanje biciklističkih staza, u planu su aktivnosti za postavljanje signalizacije na pješačkim stazama uz obalno područje.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, BK Novigrad
Planirani iznos: 3.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

2.5. Podrška turističkoj industriji

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

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, Ugostiteljski i smještajni objekti
Planirani iznos: 1.500 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

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.

Obzirom da Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova već niz godina ostvaruje više od milijun komercijalnih noćenja, u Programu rada za 2024. godinu uvrštene su i gore navedene aktivnosti vezane uz marketing.

Planom su predviđena sredstva u iznosu od 215.440 eur, što predstavlja 24% ukupno planiranih aktivnosti. Ujedno su u ovoj stavci objedinjene bitne aktivnosti promocije koje će Turistička zajednica provoditi sljedeće godine i uglavnom će se fokus staviti na digitalni marketing, udruženo oglašavanje s TZIŽ i s Gradom i Aminess-om za talijansko tržište (Udinese).

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 planu je implementacija vrijednosti brenda kroz turističke sadržaje, usluge i aktivnosti u destinaciji, digitalne medije te kroz komunikaciju prema ciljanim tržištima, uz sinergiju i stalnu komunikaciju između javnog i privatnog sektora.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 3.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

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.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 21.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.3. Odnosi s javnošću (PR)

Odnosi s javnošću odnose se na globalni i domaći PR, a uključuje PR aktivnosti na emitivnom i domaćem tržištu, posebne PR projekte (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.

Dobro je poznato kako PR - odnosi s javnošću imaju najmanji trošak od svih marketinških alata, a donose odlične rezultate. Ono što je posebno važno u poslu PR aktivnosti je kontinuitet u održavanju kvalitete i servisa, ali isto tako inovativnost proizvoda i kreativnost usluge.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 7.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

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 Istre kroz aktivnosti udruženog oglašavanja. Strateški marketing plan Istre za 2024. 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. Pored strateških projekata s HTZ-om (javni poziv) i avioprijevoznicima (Ryanair, EasyJet, Croatia Airlines, TUI UK, Transavia i Air Serbia), u okviru SMP-a ulazi marketing i cobranding s prestižnim međunarodnim brandovima (BMW, Mastercard, FC Bayern Muenchen, Bosch i dr.) kao i oglašavanje u specijaliziranim izdanjima posvećenih samo Istri (Der Feinschmecker, Merian, Foodie i dr.). Turistička zajednica Istre će tijekom 2024. provoditi i uobičajeno destinacijsko oglašavanje Istre kroz image destinacijsko oglašavanje, nove marketinške suradnje i specijalizirane promotivne aktivnosti, te specijalizirane marketinške aktivnosti. Navedene aktivnosti provodit će se kroz oglašavanje u tisku, vanjsko oglašavanje te oglašavanje putem interneta i to posredstvom marketinških agencija na temelju usuglašenih medijskih planova.

Ukupan iznos koje LTZ-i sufinanciraju SMP Istre iznosi 871.019 eur, a učešće TZG Novigrada-Cittanova je 47.000 eur.

Osim udruženog oglašavanja s TZIŽ, u planu je udruženo oglašavanje s Gradom i Aminess-om u sklopu marketinških kanala od strane nogometnog kluba Udinese s iznosom od 25.000 eur koje obuhvaća promociju na TV kanalu Udinese TV s pet emisija posvećenih samo Novigradu, zatim promociju kroz njihove društvene mreže, magazin i dr.

Nositelj aktivnosti: TZIŽ, TZG Novigrada-Cittanova, Aminess
Planirani iznos: 75.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.5. Sajmovi, prezentacije i radionice

Sredstva se planiraju za sudjelovanje na posebne prezentacije koje će se održati samostalno ili u suradnji s ostalim TZ-ima u klasteru, s TZIŽ ili pak u suradnji s novigradskim institucijama i nositeljima turističke ponude (CMIK, smještajni i ugostiteljski objekti i dr.).

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, Klaster sjeverozapadne Istre
Planirani iznos: 5.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Sredstava se planiraju 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 će se provoditi 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 osigurava stručno vođenje te pokriva eventualno troškove obroka i smještaja.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, HTZ, TZIŽ, Klaster SZ Istre
Planirani iznos: 2.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Kroz ovu stavku predviđa se realizacija grafičkog oblikovanja i tisak raznih brošura koje ćemo izdati tijekom 2024. godine i druge grafičke materijale koji će služiti 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 u iznosu od 16.000 eur (bike karte, plan grada, kulturni vodič, program događanja, mape i vrećice te ostali tiskani materijali), te troškovi izrade i otkupa suvenira i promotivnih materijala u iznosu 4.000 eur.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 20.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.8. Internetske stranice

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

U ovu stavku uključen je iznos sufinanciranja izrade i održavanja nove klasterske web stranice te aktivnosti e-marketinga (društvene mreže, oglašavanje, promotivne kampanje i dr.) s iznosom od 14.000 eur te 1.000 eur za razvoj aplikacija.

Nositelj aktivnosti: Istra D.M.C, TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 15.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

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.

Planom je predviđen trošak za izradu sadržaja za objave u iznosu 1.000 eur, angažiranje fotografa s iznosom od 4.000 eur te 6.000 eur za kreiranje video materijala.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 11.000 eur
Rok izvršenja: 31.12.2024.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

U stavku komunikacije i oglašavanje spadaju i turističko-informativne aktivnosti. One obuhvaćaju upravljanje TIC-evima (svi troškovi za funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključujući plaće turističkih informatora), zatim postavljanje info punktova i održavanje turističke signalizacije samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave.

Rashodi za turističko-informativne aktivnosti iznose 56.440 eur i čine 6% ukupno planiranih rashoda.

3.10.1. Turističko informativni centar (TIC)

U sklopu TZG Novigrada-Cittanova djeluje Turističko informativni centar koji je otvoren cijele godine, a tijekom 5 do 6 mjeseci zbog povećanja obujma poslovanja te cjelodnevnog rada ureda zapošljavaju se još dvije osobe, najčešće od početka svibnja do kraja listopada.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 48.000 Eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.10.2. Turistička signalizacija

Na području naše turističke zajednice raste broj predstavnika turističke ponude, smještajnih aktivnosti i ostalih atrakcija što predstavlja preduvjet za izradu novih i nadogradnju već postojećih tabli turističke signalizacije. Sredstva su predviđena za postavljanje nove i zamjenu dotrajale ili uništene turističke (smeđe) signalizacije, za obnovu postojećih i postavljanje novih tabli dobrodošlica i za info table odnosno city lights-e.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 7.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

3.10.3. Web kamere

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

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 1.440 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Destinacijski menadžment usmjeren je na aktivnosti namijenjene većem razumijevanju i dobivanju podrške subjekata uključene u turističke aktivnosti te na aktivnosti uređenja destinacije. Rashodi za destinacijski menadžment iznose 156.000 eura, što predstavlja 17% ukupno planiranih rashoda.

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije

Ova stavka podrazumijeva aktivnosti sudjelovanja u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama HTZ-a kao što su jedinstveni turistički informacijski portal i sustav za digitalno poslovanje.

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZIŽ, TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 1.000 eur
Rok izvršenja: 31.12.2024.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

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 koja uključuje edukativna predavanja s ciljem obrazovanja djelatnika, ali i ostalih subjekata javnog i privatnog turističkog sektora kako bi se unaprijedila marketinška znanja, kvalitete usluge i dr., a time i poboljšala učinkovitost kvalitete i promocije na svim razinama. Edukacija je posebno važna obzirom na izmjene zakonskih regulativa gdje je uloga turističkih zajednica usredotočena na upravljanje destinacijom i osmišljavanje novih turističkih proizvoda. Ova stavka predviđa i potporu za održavanje edukacija za ugostitelje, vinare i dr. Planira se i sudjelovanje na seminare koje organizira Hrvatska turistička zajednica u svrhu usavršavanja praktičnih znanja i vještina, te s ciljem njihove neposredne primjene za poboljšanje poslovanja te edukacija za usavršavanje komunikacije putem digitalnih medija i kreiranja sadržaja za online objave. Također, planirana su studijska putovanja s članovima tijela TZ-a i djelatnika TZ-a.

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZIŽ, TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 5.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

4.3. Koordinacija i nadzor

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

U planu za sljedeću godinu u ovu stavku uključeni su troškovi koordinacije TZ Novigrada s klasterom i sustavom TZ-a kao i sufinanciranje aktivnosti nadzora nad prijavama i naplati turističke pristojbe.

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZIŽ, Klaster SZ Istre, TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 1.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

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

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.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 1.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije

U svrhu poboljšanja uvjeta boravka gostiju u destinaciji te očuvanja i stvaranja prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja, TZG će poticati i sudjelovati u uređenju destinacije. Aktivnosti imaju za cilj podizanje kvalitete komunalne infrastrukture te razvijati ekološku svijest kod nositelja turističke ponude. Planom su za ovu aktivnost predviđena sredstva u iznosu od 143.000 eura što čini 16% ukupnih rashoda.

S ciljem unapređenja kvalitete i standarda urbanog prostora u starom gradu, u suradnji s Gradom, za 2024. godinu je u planu financijska potpora za uređenje destinacije odnosno za uređenje starogradske jezgre odnosno nastavak popločenja ulica u starom gradu. Ukupno se za ove investicije planira utrošiti 90.000 eura.

Radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, u planu je osigurati 4.000 eur potpore projektu ili inicijativi za razvoj atrakcija i drugih sadržaja od turističkog značaja, u skladu s vrijednostima brenda i imidžom Novigrada kao turističke destinacije.

U cilju poboljšanja uvjeta boravka gostiju u Novigradu, u planu su sredstva od 45.000 eur za potrebe suradnje sa subjektima javnog i privatnog sektora za bolje funkcioniranje i podizanje dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi. Sredstva će se koristiti za projekt kontrole i suzbijanja populacije galebova, sadnje drvoreda, postavljanja kabina za presvlačenje i drugih potreba koje će se definirati u suradnji s Gradom i gradskim komunalnim poduzećem Neapolis.

Za sljedeću godinu u planu je i potpora od 40.000 eur za tim hitne pomoći T1 koji će tijekom ljetnih mjeseci biti stacioniran u Novigradu.

Od ostalih aktivnosti za očuvanje i uređenje destinacije, sredstva u iznosu 4.000 eur koristiti će se za ekološke akcije čišćenja okoliša i podmorja, za postavljanje svlačionica na plažama i dr.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova, Grad Novigrad-Cittanova, Neapolis d.o.o., Veterinarska bolnica Poreč, Zavod za hitnu medicinu Istarske županije
Planirani iznos: 143.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

4.6. Donacije i sponzorstva

Ova stavka uključuje donacije i sponzorstva koja Turistička zajednica dodjeljuje uglavnom novigradskim udrugama i institucijama za nabavu opreme i slično. Planom su za ovu aktivnost predviđena sredstva u iznosu od 5.000 eura i predstavlja manje od 1% ukupnih rashoda.

Nositelj aktivnosti: Udruge i institucije
Planirani iznos: 5.000 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

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.

Ured Turističke zajednice će tijekom 2024. godine obavljati sve stručne i administrativne poslove TZ-a sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutu TZG-a. Ured TZ-a provodit će sve potrebne poslove za izvršenje zadataka u skladu sa Zakonom, pripremu pravilnika i ostalih akata, kao i poslovi za ostvarenje programa rada TZ-a za 2024. godinu. Direktor TZ-a tijekom 2024. godine zastupat će TZ, organizirati i rukovoditi radom i poslovanjem Turističke zajednice, provoditi odluke Turističkog vijeća i biti odgovoran za poslovanje i zakonitost rada Turističkog ureda poštujući odredbe Statuta TZ-a.

Administrativni rashodi u 2024. godini planirani su u ukupnom iznosu od 110.500 eur, što predstavlja 12% ukupno planiranih rashoda. Obuhvaćaju sljedeće rashode: rashode za plaće koji su planirani u iznosu od 70.000 eur, materijalne troškove koji su planirani u iznosu 39.000 eur i rashode za rad tijela turističke zajednice koji su planirani u iznosu 1.500 eur.

Nositelj aktivnosti: TZG Novigrada-Cittanova
Planirani iznos: 110.500 eur
Rok izvršenja: Kontinuirano tijekom godine

6. REZERVA

Do 5% ukupnih planiranih prihoda može se predvidjeti kao rezerva. Rezerva se koristi za potrebe osiguranja likvidnosti te financiranja neplaniranih aktivnosti i za sljedeću godinu nisu predviđena sredstva.

ZAKLJUČAK

Nakon iznimno uspješne 2023. godine, u kojoj je Novigrad zabilježio rekordne brojke, ali i najuspješniju predsezonu i jako dobru posezonu, za 2024. godinu planira se razvijati turizam u smjeru cjelogodišnjeg i uravnoteženog turizma. Godišnji program rada za 2024. kreiran je upravo u tom smjeru, definirane su aktivnosti u cilju dovođenja gostiju u pred i posezoni, ako i promotivne aktivnosti kojima nastavljamo pozicioniranje Novigrada kao kvalitetne i sigurne destinacije s autentičnim doživljajem.

Očekuje se da će ekonomska kriza odnosno nastavak inflacije u Europi ali i cijelom svijetu utjecati i na odluku o putovanju te će se obzirom na jačanja konkurentskih zemalja morati pojačati i promotivne aktivnosti naše županije.

Iskustvo ove turističke sezone nam je pokazalo da su stabilna i sigurna epidemiološka situacija, blizina naših glavnih emitivnih tržišta, duga tradicija u turizmu i kvalitetna turistička ponuda naše glavne prednosti. I u budućem razdoblju, naglasak svakako treba biti stavljen na odgovorno ponašanje cijele zajednice.

Stoga plan aktivnosti za sljedeću godinu predviđa realizaciju velikog broja projekata, nastavak aktivnosti za razvoj proizvoda u suradnji s klasterom, održavanje već tradicionalnih ali i novih evenata, održivi turizam kroz valorizaciju naše tradicije i baštine, oglašivačke i promotivne kampanje, izradu promotivnih materijala te ulaganja u uređenje destinacije u cilju poboljšanja uvjeta boravka gostiju u Novigradu.

Financijski plan za 2024. godinu:

- u Eurima

	PRIHODI	PLAN 2023	REBALANS PLANA 2023	PLAN 2024	Indeks 2024/2023	Udio %
1.	Izvorni prihodi	666.268	692.000	735.000	106	80%
1.1.	Turistička pristojba ukupno	579.999	582.000	605.000	104	66%
1.1.1.	Turistička pristojba	544.164	560.000	580.000	104	63%
1.1.2.	Turistička pristojba iz nautičkog turizma	35.835	22.000	25.000	114	3%
1.2.	Turistička članarina	86.270	110.000	130.000	118	14%
2.	Prihodi iz proračuna grada	77.643	115.974	100.000	86	11%
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	13.272	7.000	27.000	386	3%
4.	Prihodi iz EU fondova	108.470	107.869	0	0	0%
4.1.	FLAG projekt 2.3.1. - FishInNo - Valorizacija ribarske tradicije	59.224	59.224	0	0	0%
4.2.	FLAG projekt 4.2.1. - CHE FINO - Potrošnja i konzumacija ribe	49.247	48.645	0	0	0%
4.3.	FLAG projekt 2.2.1. - SUB-Novci - Dodatni sadržaj	0	0	0	0	0%
5.	Prihodi od sponzorstva	26.545	12.567	21.500	171	2%
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	59.487	45.195	29.731	66	3%
7.	Ostali prihodi	12.847	2.965	1.769	0	0%
	UKUPNO PRIHODI BEZ EU FONDOVA	856.062	875.701	915.000	104	100%
	SVEUKUPNO PRIHODI	964.533	983.570	915.000	93	100%
	AKTIVNOSTI	PLAN 2023	REBALANS PLANA 2023	PLAN 2024	Indeks 2024/2023	Udio %
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	6.902	0	3.000	0	0%
1.1.	Izrada strateških/komunikacijskih dokumenata	3.982	0	3.000	0	0%
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	2.654	0	0	0	0%
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	265	0	0	0	0%
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	476.475	455.657	422.000	93	46%
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	36.366	30.812	33.000	107	4%
2.1.1.	Razvoj proizvoda klaster	26.146	24.492	26.000	106	3%
2.1.1.1.	Bike	8.229	8.229	8.200	100	1%
2.1.1.2.	Outdoor	3.982	3.982	4.000	100	0%
2.1.1.3.	Gourmet	9.291	9.291	9.300	100	1%
2.1.1.4.	Nogomet	2.654	1.000	2.500	0	0%
2.1.1.5.	Tenis	664	664	500	75	0%
2.1.1.6.	Wellness	1.327	1.327	1.500	113	0%
2.1.2.	Razvoj proizvoda TZG	7.565	3.982	4.000	100	0%
2.1.2.1.	Novigradski suveniri	3.982	3.982	4.000	100	0%
2.1.2.2.	Gallerion	2.654	0	0	0	0%
2.1.2.3.	Turistički razgled Novigrada	265	0	0	0	0%
2.1.2.4.	Put vinara	664	0	0	0	0%
2.1.3.	Ronilački - snorkling turizam	2.654	2.338	3.000	128	0%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	1.327	0	0	0	0%
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	373.217	361.689	384.500	106	42%
2.3.1.	Zabavne manifestacije	201.739	239.391	227.000	95	25%
2.3.1.1.	Lunasa	10.618	8.500	10.000	118	1%
2.3.1.2.	Čarobni Novigrad	11.945	11.945	12.000	100	1%
2.3.1.3.	Fešta Sv. Pelagija	79.634	96.000	90.000	94	10%
2.3.1.4.	Fešta Sv. Ivana Krstitelja Dajla	6.636	8.800	10.000	114	1%
2.3.1.5.	Glazba na svakom kutku	9.291	9.905	10.000	101	1%
2.3.1.6.	Maškare	1.327	2.230	2.500	112	0%
2.3.1.7.	Novigradske božićne radosti	2.654	3.000	3.000	100	0%
2.3.1.8.	Goodbye	2.654	3.000	10.000	333	1%
2.3.1.9.	Cittanova Blues Festival	26.545	35.750	26.000	73	3%
2.3.1.10.	Piazza grande music nights	22.563	22.628	25.000	110	3%
2.3.1.11.	Prvomajski piknik	3.318	3.546	4.500	127	0%
2.3.1.12.	Večer uličnih čarobnjaka - Kids' day	11.945	15.738	10.000	64	1%
2.3.1.13.	Movie nights	1.991	2.494	3.000	120	0%
2.3.1.14.	Jazz Corner	6.636	8.290	6.000	72	1%
2.3.1.15.	Ostale zabavne manifestacije	3.982	7.565	5.000	66	1%

	AKTIVNOSTI	PLAN 2023	REBALANS PLANA 2023	PLAN 2024	Indeks 2024/2023	Udio %
2.3.2.	Kulturne manifestacije	12.609	28.112	23.000	82	3%
2.3.2.1	Slikarski ex-tempore	2.654	2.886	3.000	104	0%
2.3.2.2	MFF: Novo kino Novigrad	0	0	0	0	0%
2.3.2.3	Istria Folk Fest	1.991	2.067	3.000	145	0%
2.3.2.4	Glazbene večeri u lođi Belveder	2.654	2.354	3.000	127	0%
2.3.2.5	Susret zborova	0	0	4.000	0	0%
2.3.2.6	Festival kratkog filma	3.982	5.000	5.000	100	1%
2.3.2.7	Ostale kulturne manifestacije	1.327	15.806	5.000	32	1%
2.3.3.	Sportske manifestacije	26.146	22.180	24.000	108	3%
2.3.3.1	Alpen Adria Swim Cup	4.645	4.640	4.000	86	0%
2.3.3.2	Istria Granfondo Family Tour	3.318	226	0	0	0%
2.3.3.3	Novigrad-Cittanova Run	2.654	2.654	5.000	188	1%
2.3.3.4	Transadriatica regata	1.991	1.996	2.000	100	0%
2.3.3.5	Istrian Spring Trophies	2.654	2.650	3.000	113	0%
2.3.3.6	Prvomajski MTB maraton	929	0	1.000	0	0%
2.3.3.7	Prvenstvo mažoretkinja	3.318	3.414	3.000	88	0%
2.3.3.8	Ostale sportske manifestacije	6.636	6.600	6.000	91	1%
2.3.4.	Gastro manifestacije	110.160	46.342	87.500	189	10%
2.3.4.1	Taste & Town	0	0	3.000	0	0%
2.3.4.2	Wine & Walk by the sea	3.982	7.764	7.500	97	1%
2.3.4.3	Park Food Fest	34.508	35.615	34.000	95	4%
2.3.4.4	Che gusto	2.654	2.963	3.000	101	0%
2.3.4.5	Ostale gourmet manifestacije	69.016	0	40.000	0	4%
2.3.5.	Ostale manifestacije	3.982	7.500	5.000	67	1%
2.3.6.	Potpore manifestacijama i projektima u organizaciji udruga	10.618	10.827	11.000	102	1%
2.3.6.1	Muzej Lapidarium - Arterija	2.654	2.600	2.500	96	0%
2.3.6.2	Dajla živi	2.000	2.046	2.000	98	0%
2.3.6.3	Adventure trek	200	200	300	150	0%
2.3.6.4	Memorijalni kup u podvodnom ribolovu	800	800	800	100	0%
2.3.6.5	Novigradska lignjada	400	400	400	100	0%
2.3.6.6	Grand Prix Beretta	1.330	1.330	1.350	102	0%
2.3.6.7	Dani gljiva	1.200	1.200	1.200	100	0%
2.3.6.8	Dani jabuka	664	700	700	100	0%
2.3.6.9	Kulturne večeri u crkvi Sv. Ivana Dajla	800	1.051	950	90	0%
2.3.6.10	Ostalo	570	500	800	160	0%
2.3.7.	Potpore manifestacijama i projektima CMIK-a	7.963	7.336	7.000	95	1%
2.4.	Turistička infrastruktura	3.318	1.150	3.000	261	0%
2.4.1.	Uređenje i održavanje biciklističkih staza	1.991	1.000	1.500	150	0%
2.4.2.	Uređenje i održavanje pješačkih staza	1.327	150	1.500	1.000	0%
2.5.	Podrška turističkoj industriji	1.327	1.300	1.500	115	0%
2.6.	FLAG projekt 2.3.1. - FishInNo - Valorizacija ribarske tradicije	8.789	8.273	0	0	0%
2.7.	FLAG projekt 4.2.1. - CHE FINO - Potrošnja i konzumacija ribe	49.247	48.645	0	0	0%
2.8.	FLAG projekt 2.3.1. - Otkrij našu povijest - Valorizacija ribarske tradicije	0	671	0	0	0%
2.9.	FLAG projekti - dodatni troškovi	2.884	3.117	0	0	0%
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	184.246	210.062	215.440	103	24%
3.1.	Definiranje branding sustava	3.982	3.200	3.000	94	0%
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	17.254	18.850	21.000	111	2%
3.2.1.	Opće oglašavanje (tisak, TV, radio)	7.963	9.200	11.000	120	1%
3.2.2.	Internet oglašavanje	6.636	7.000	7.000	100	1%
3.2.3.	Kampanja za promociju destinacije	2.654	2.650	3.000	113	0%
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	6.636	7.442	7.000	94	1%
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	51.098	74.819	75.000	100	8%
3.4.1.	Udruženo oglašavanje TZIŽ	47.780	47.780	47.000	98	5%
3.4.2.	Udruženo oglašavanje ostalo (Udinese)	1.991	25.539	25.000	98	3%
3.4.3.	Sponzorstva	1.327	1.500	3.000	200	0%
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	3.982	4.000	5.000	125	1%
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	1.327	1.555	2.000	129	0%
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	18.714	18.816	20.000	106	2%
3.7.1.	Brošure i ostali tiskani materijali	14.732	14.716	16.000	109	2%
3.7.1.1	Bike karte	1.991	1.525	2.000	131	0%
3.7.1.2	Plan grada / Kulturni vodič	3.982	3.500	4.000	114	0%

	AKTIVNOSTI	PLAN 2023	REBALANS PLANA 2023	PLAN 2024	Indeks 2024/2023	Udio %
3.7.1.3	Kalendar događanja	796	2.375	2.500	105	0%
3.7.1.4	Mape i vrećice	1.327	1.316	1.500	114	0%
3.7.1.5	Ostali tiskani materijali	6.636	6.000	6.000	100	1%
3.7.2.	Suveniri i promo materijali	3.982	4.100	4.000	98	0%
3.8.	Internetske stranice	14.600	15.000	15.000	100	2%
3.8.1.	Web stranica Novigrad - aplikacije i sl.	1.327	0	1.000	0	0%
3.8.2.	Web stranica klastera	13.272	15.000	14.000	93	2%
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	13.272	11.426	11.000	96	1%
3.9.1.	Izrada i otkup sadržaja za objave	2.654	826	1.000	121	0%
3.9.2.	Izrada i otkup fotografija	3.982	4.000	4.000	100	0%
3.9.3.	Izrada i otkup video materijala	6.636	6.600	6.000	91	1%
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	53.381	54.955	56.440	103	6%
3.10.1.	Troškovi TIC-a (funkcioniranje TIC-a uključujući plaće tur. informatora)	41.808	48.840	48.000	98	5%
3.10.1.1	Izdaci za zaposlene	34.508	42.000	40.000	95	4%
3.10.1.2	Izdaci za usluge	2.654	3.000	3.500	117	0%
3.10.1.3	Materijalni izdaci	2.654	2.500	3.000	120	0%
3.10.1.4	Sitan inventar	664	680	500	74	0%
3.10.1.5	Nabava imovine	664	0	0	0	0%
3.10.1.6	Ostali rashodi	664	660	1.000	152	0%
3.10.2.	Turistička signalizacija	10.618	4.675	7.000	150	1%
3.10.2.1	Smeđa signalizacija	3.982	2.175	3.500	161	0%
3.10.2.2	Table dobrodošlice	3.982	1.200	2.000	167	0%
3.10.2.3	City lights - info table	1.327	1.300	1.000	77	0%
3.10.2.4	Ostalo (kulturni spomenici, pješačke staze i dr.)	1.327	0	500	0	0%
3.10.3.	Web kamera	956	1.440	1.440	100	0%
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	164.974	174.187	156.000	90	17%
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	3.318	920	1.000	109	0%
4.2.	Stručni skupovi, edukacije i benchmarking	3.982	3.000	5.000	167	1%
4.3.	Koordinacija i nadzor	1.062	1.000	1.000	100	0%
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji - nagrade i priznanja	1.327	1.011	1.000	99	0%
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije	155.286	168.256	143.000	85	16%
4.5.1.	Uređenje destinacije	92.906	92.906	90.000	97	10%
4.5.2.	Uvođenje atrakcija	3.982	3.000	4.000	133	0%
4.5.3.	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	55.744	68.350	45.000	66	5%
4.5.3.1	Suradnja za uređenje destinacije	5.309	4.450	5.000	112	1%
4.5.3.2	Sufinanciranje hitne pomoći - TIM 1	50.435	63.900	40.000	63	4%
4.5.4.	Ostalo (ekološke acije, svlačionice i dr.)	2.654	4.000	4.000	100	0%
4.6.	Donacije i sponzorstva	0	0	5.000	0	1%
5.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	101.135	100.144	110.500	110	12%
5.1.	Plaće	66.361	68.000	70.000	103	8%
5.2.	Materijalni troškovi	33.446	30.744	39.000	127	4%
5.2.1.	Izdaci za usluge	17.254	17.000	18.000	106	2%
5.2.2.	Materijalni izdaci	6.636	6.000	6.000	100	1%
5.2.3.	Sitan inventar	664	600	500	83	0%
5.2.4.	Nabava imovine	2.654	0	6.000	0	1%
5.2.5.	Reprezentacija	2.256	2.500	2.500	100	0%
5.2.6.	Premije osiguranja	2.654	3.144	3.000	95	0%
5.2.7.	Ostali rashodi	1.327	1.500	3.000	200	0%
5.3.	Tijela turističke zajednice	1.327	1.400	1.500	107	0%
6.	REZERVA	22.563	29.753	0	0	0%
6.1.	Službeno vozilo (učešće i drugi troškovi)	22.563	29.753	0	0	0%
6.2.	Ostalo	0	0	0		0%
7.	Amortizacija	8.238	13.789	8.060	58	1%
	UKUPNO AKTIVNOSTI	964.532	969.803	915.000	94	100%
	SVEUKUPNO RASHODI (knjigovodstveni prikaz - bez imovine)	961.214	953.839	909.000	95	99%
	SVEUKUPNO PRIHODI - UKUPNO AKTIVNOSTI	0	13.767	0		
	SVEUKUPNO PRIHODI - UKUPNO RASHODI		29.731	6.000		