

GODIŠNJE FINACIJSKO IZVJEŠĆE

•

IZVJEŠĆE O RADU ZA 2014. GODINU

VERTENEGLIO
BRTONIGLA

HRVATSKA

Istra



SADRŽAJ:

1. Ostvareni turistički promet u2014.....	3
II. OSTVARENI PRIHODI U 2014.....	7
III. OSTVARENI RASHODI U 2014.....	8
1. <u>ADMINISTRATIVNI MARKETING</u>	10
<u>1.1. Rashodi za radnike</u>	10
<u>1.2. Rashodi ureda</u>	11
<u>1.3. Rashodi za rad tijela turističke zajednice</u>	11
<u>1.4. Najam poslovnog prostora</u>	14
<u>1.5. Članarina udruzi Gradovi vina/Citta` del vino</u>	15
2. <u>DIZAJN VRIJEDNOSTI</u>	15
<u>2.1. Potpore manifestacijama</u>	15
<u>2.2. Razvoj proizvoda</u>	17
<u>2.2.1. Bike proizvod</u>	17
<u>2.2.2. Gourmet proizvod</u>	18
3. <u>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</u>	19
<u>3.1. Online komunikacija</u>	19
<u>3.2. Offline komunikacija</u>	20
<u>3.2.1. PR aktivnosti – odnosi s javnošću</u>	20
<u>3.2.2. Brošure i ostali tiskani materijal</u>	21
<u>3.2.3. Signalizacija i ostalo</u>	22
<u>3.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama</u>	23
<u>3.4. Oglašavanje</u>	23
<u>3.5. Promocija turističke destinacije – projekt Vina Sjeverozapadne Istre</u>	24
6. <u>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</u>	24
7. <u>POSEBNI PROGRAMI</u>	25
8. <u>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI BRTONIGLA</u>	25
12. <u>FINANCIJSKO IZVJEŠĆE</u>	24

I. UVOD

Različita krizna događanja na svjetskoj i europskoj razini u proteklih pet do šest godina dovela su do različitih preusmjeravanja turističkih tijekova, ali i istovremenog zaoštavanja konkurentske utakmice između turističkih destinacija koje, osim cjenovnom politikom, nastoje zadržati/povećati svoje tržišne udjele značajnim ulaganjem u marketing, inovacijama i diferencijacijom u odnosu na konkurente.

Pred Hrvatsku se, osim potrebe daljnjeg razvoja turističkog proizvoda u svim segmentima postavlja izazov prepoznavanja svih relevantnih trendova na strani turističke ponude i potražnje, kao i izazov primjene novog marketinškog modela kojima će se brend Hrvatske, njenih ključnih turističkih proizvoda (i turističkih regija/klastera) te ponuda vrijednosti na komunikacijskoj razini bolje pozicionirati, tj. pozitivno diferencirati u odnosu na konkurenciju.

Unatoč relativno stabilnom rastu turističkog prometa na razini ukupnih pokazatelja broja dolazaka i noćenja, Hrvatska se u kontinuitetu suočava s problemom fokusa glavnine turističkih ostvarenja na razdoblje srpnja i kolovoza, kada naša zemlja bilježi više od 50% dolazaka, kao i više od 60% turističkih noćenja na godišnjoj razini.

U takvom kontekstu, razvidno je kako i relativno mali tržišni „poremećaji“ u rezultatima ljetnih mjeseci, prvenstveno srpnja i kolovoza, a odmah potom i lipnja, značajno utječu i na cjelogodišnji turistički rezultat Hrvatske u cjelini, ali i na rezultate turističkih regija (klastera), odnosno pojedinačnih poslovnih subjekata.

U 2014. godini TZO Brtonigla ciljano je ulagala ograničena financijska sredstva u promociju, kvalitetu uvjeta boravka u mjestu, kako gostiju, tako i lokalnog stanovništva te realizirala planski osmišljen kalendarski raspored događanja.

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

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Brtonigla kao dijela navedenog klastera u 2014. godini, a obzirom na specifičnosti turističke destinacije Brtonigla, kao destinacije visoke razine smještaj, enogastronomije i bogate tradicije toga kraja ciljevi koji su imali za omogućiti:

- Produženje sezone na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode i evente koji su namjenjeni pred i posezoni: Dani istarskih šparoga, Dani švoja, Dani jadranskih lignja i Dani školjaka zatim Festival Istarske malvazije te Choco & Wine Fest

- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u clusteru
- Povećati potrošnju turista.
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista.

Navedeni su ciljevi realizirani, kao i bitne aktivnosti TZO Brtonigla za 2014. koje su bile usmjerene ka daljnjem razvoju proizvoda koji produžuju turističku sezonu, doprinose prepoznatljivosti destinacije, obogaćivanju marketinške infrastrukture, te aktivnosti za promociju odnosno e-marketing.

Klaster Sjeverozapadne Istre je zajedno s još 21 destinacijom u Republici Hrvatskoj ušao u projekt Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice 'Hrvatska 365' s osnovnim ciljem aktivnijeg usmjeravanja na razvoj i promociju destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u periodima pred i po sezone.

Nastavljena je i produbljena suradnja sa Turističkom zajednicom Istarske županije i Uredom za turizam Istarske Županije s krajnjim ciljem kvalitetnije prezentacije integralnog turističkog proizvoda klastera SZ Istre u okviru udruženog oglašavanja odnosno promotivne kampanje istarskih destinacija na svjetskom turističkom tržištu (zajednička promotivna kampanja na web portalima zrakoplovnih kompanija).

I u protekloj godini održale su se manifestacije u organizaciji ili suorganizaciji Turističke zajednice Općine Brtonigla s Općinom Brtonigla, Razvojnomoj agencijom Brtonigla, Zajednicom Talijana, te ostalih udruga, društava i MO s područja Općine Brtonigla.

Potkraj lipnja 2014. na području Općine Brtonigla (Nova Vas, zona Ronki) otvoren je prvi aquapark u Istri i Hrvatskoj, Aquapark Istralandia. Riječ je o privatnoj investiciji koja predstavlja značajan iskorak i obogaćivanje cjelokupne ponude općinskog, klasterskog i istarskog područja, te jedan od motivatora dolaska u destinaciju. Iako će se 2014. godina pamtiti po izrazito lošem vremenu i velikom broju kišnih dana Istralandiu je posjetilo gotovo 130.000 posjetitelja.

U 2014. Ured TZO Brtonigla koordinirao je aktivnosti vezane uz unapređenje boravka gostiju, organizaciju događanja, razvoj proizvoda i uređenje destinacije s nadležnim institucijama na području Općine Brtonigla.

Poslovanje TZO Brtonigla u predmetnom razdoblju odvijalo se u skladu s aktima Zajednice, odlukama Turističkog vijeća i Skupštine, a financijska sredstva utrošena su sukladno Programu rada i financijskom planu za 2014. godinu odnosno promjenama Programa rada i financijskog plana za 2014. godinu usvojenim na TV TZO Brtonigla održanom dana 30.12.2014.

1. Ostvareni turistički promet u 2014. godini

Protekla 2014. godina za Hrvatsku je zaključena s 5% više turista, koji su ostvarili 2% više noćenja. Tim su porastima ponajprije pridonijeli strani turisti, kojih je bilo 6% više nego u 2013. godini, a ostvarili su 3% više noćenja.

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2014. godini ostvareno je 22.274.541 noćenja odnosno 1% više noćenja nego u 2013. godini dok je istovremeno u 2014. godini realizirano 3.272.280 dolazaka ili 2% više nego 2013. godini. Udio Turističke zajednice Općine Brtonigla u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 2.16%

Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2013. i 2014. godini

Zemlja	Dolasci 2013	Dolasci 2014	Indeks	Noćenja 2013	Noćenja 2014	Indeks
Domaći	531	653	123	4.180	5.635	135
Strani	53.076	54.914	103	454.100	480.459	106
Ukupno	53.607	55.567	104	458.280	486.094	106

Turistički promet ostvaren na području Općine Brtonigla, bilježi porast od 4% u broju dolazaka, odnosno porast od 6% u broju noćenja, rezultat je prvenstveno povećanja smještajnih kapaciteta, primarno u kampu CampingIN Park Umag, proširenjem zone Verteneglio novim mobilnim kućicama. Općenito gledano može se zaključiti da ostvareni turistički rezultat, uz preduvjet kontinuiranog ulaganja u zajedničke aktivnosti s TZ Istarske županije i klastera Sjeverozapadne Istre, kroz promociju, razvoj proizvoda te manifestacije i daljnje poboljšanje turističke ponude, te dodatno profiliranje Brtonigle u mali gradić vina jakih tradicijskih vrijednosti, potvrđuje odabrani smjer turističkog razvoja Općine Brtonigla.

Pregledom ostvarenja dolazaka i noćenja u proteklom petogodišnjem razdoblju (2010.-2015.) iz kojeg je vidljivo, osim u 2011. godini, bilježen je kontinuirani porast dolazaka i noćenja te je 2014. u usporedbi s početnom 2010. godinom potvrdila povećanje od 35% više dolazaka gostiju odnosno 37% ostvarenih noćenja.

Tablica 2. Pregled ostvarenih dolazaka i noćenja za razdoblje 2009. - 2014. na lokalnoj razini.

Dolasci	2010	2010	2012	2013	2014
Domaći	545	890	761	531	653
Strani	40.455	40.479	44.840	53.607	54.915
Sveukupno	41.000	41.369	45.601	54.138	55.568
Noćenja	2010	2011	2012	2013	2014
Domaći	3.197	3.662	4.620	4.180	5.635
Strani	351.682	337.206	384.517	454.100	480.459
Sveukupno	354.879	340.868	389.137	458.280	486.094

Promatrajući strukturu ostvarenog turističkog prometa prema vrsti smještajnih kapaciteta vidljivo je da je najveći broj noćenja, gotovo 420.000, ostvaren u segmentu kampa, što proizlazi iz ukupnog smještajnog kapaciteta za tu vrstu smještaja. Slijedeća kategorija koja je ostvarila najveći broj noćenja jesu vlasnici stanova i kuća za odmor, odnosno vikendaši koji su u 2014. godini ostvarili povećanje od 33% u odnosu na 2013. godinu. Povećanje u tom segmentu bilježi se iz razloga što je od 2013. godine uvedena mogućnost plaćanja paušalnog iznosa boravišne pristojbe za vlasnike kuća i stanova za odmor, te prijave na duže vremensko razdoblje nakon ulaska Hrvatske u EU.

Slijedi privatni smještaj s 24.566 ostvarenih noćenja, nakon četverogodišnjeg rasta u 2014. godini bilježe pad u iznosu od 3%. Razlog smanjenja broja noćenja je prvenstveno vremenski loša i kišom popraćena turistička sezona.

Mali i obiteljski hoteli, odnosno objekt San Rocco u 2014. godini ostvario je 4.140 noćenja, te bilježi pad od 12%.

Tablica 3. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja prema vrsti smještajnih kapaciteta u 2013. i 2014. godini

Vrsta smještaja	2013	Udio %	2014	Udio %	Indeks
Kamp	399.938	87	419.919	86	105
Mali i obiteljski hotel	4.725	1	4.140	1	88
Privatni smještaj	25.347	6	24.566	5	97
Kuće i stanovi za odmor	28.270	6	37.469	8	133
Sveukupno	458.280	100	486.094	100	106

Dugogodišnji najbrojniji gosti na području Brtonigle jesu Njemci, do kraja godine ostvarili su gotovo 200.000 noćenja te bilježe porast od 14%. Na drugom mjestu ostvarenih noćenja su Nizozemci s 84.035 ostvarenih noćenja. Slijede ih Slovenci s 40.358 ostvarenih noćenja, zatim Austrijanci, Danci i Talijani.

Što se domaćih gostiju tiče ostvarili su 5.635 noćenja, bilježe povećanje od 35% u odnosu na 2013. godinu te u ukupnim noćenjima sudjeluju s 1.16%, što je relativno malo.

Za zaključiti je da su u 2014. godini Brtoniglu posjetili gosti s nama tradicionalnih i emitivno važnih tržišta te da nam u 2015. godini predstoji zatatak kako bi se što više domaćih gostiju privuklo u destinaciju posebice u pred i pos sezoni.

Tablica 4. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja po zemljama porijekla u 2013. i 2014. godini

Zemlja	Noćenja 2103	Udio %	Noćenja 2104	Udio %	Indeks
Njemačka	175.408	38	199.346	41	114
Nizozemska	94.360	21	84.035	17	89
Slovenija	32.983	7	40.358	8	122
Austrija	34.773	8	39.420	8	113
Danska	28.621	6	28.447	6	99
Italija	27.234	6	26.708	5	98
Ostale zemlje	64.901	14	67.780	14	104
Sveukupno	458.280	100	486.094	100	106

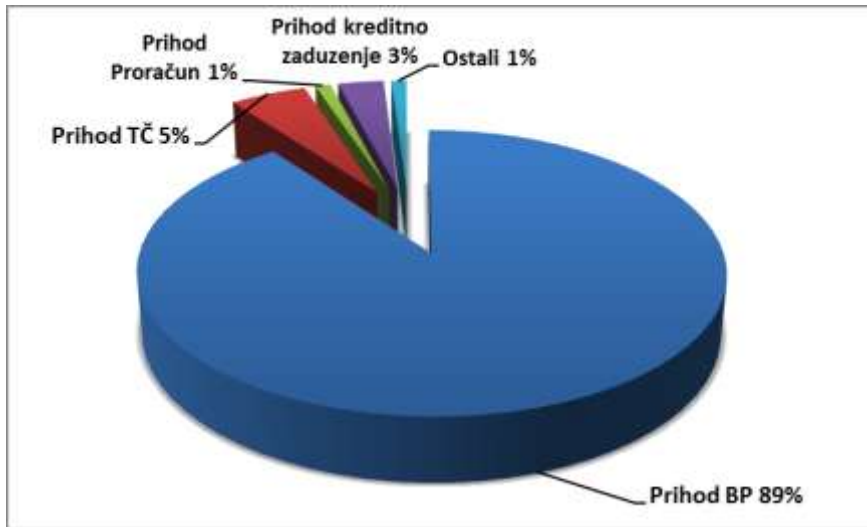
II. OSTVARENI PRIHODI U 2014

Ukupni ostvareni prihodi u 2014. godini iznose 1.462.091,00 kuna, što predstavlja povećanje od 13% u odnosu na ostvarenje u prethodnoj 2013. godini.

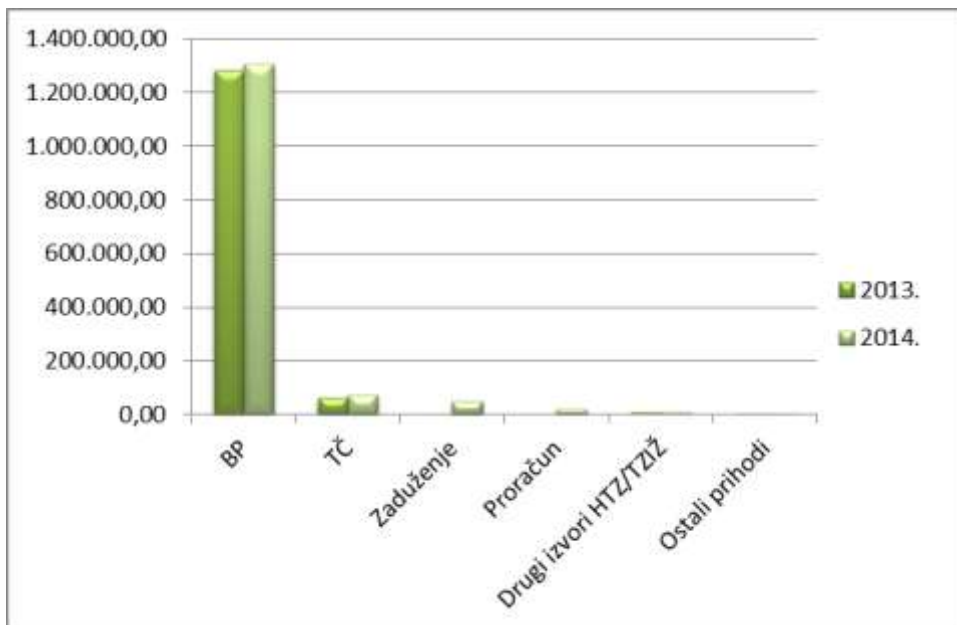
U 2014. godini izvori prihoda TZO Brtonigle bili su prihodi od boravišne pristojbe, prihodi turističke članarine, prihodi iz Općinskog proračuna, prihodi od drugih izvora (sufinanciranje od strane HTZ- a), i ostali nespomenuti prihodi. Povećanje ukupnih prihoda primarno je rezultat povećanja prihoda po osnovi boravišne pristojbe koji iznose 1.307.350,00 kuna odnosno povećanje od 8% u odnosu na 2013. godinu. Boravišna pristojba čini 89 % ukupnih prihoda TZO Brtonigla. Turističke članarine uplaćeno je 18% više nego u 2013.godini, što iznosi 74.643,00 kn.

Iz Proračuna Općine uplaćeno je 20.000 kn za sufinanciranje restauracije strojeva u budućem Muzeju vina i seljačkog stvaralaštva.

Grafikon 1. Struktura prihoda TZO Brtonigla za 2014. godinu



Grafikon 2. Usporedba ostvarenja prihoda u 2013. i 2014. godini



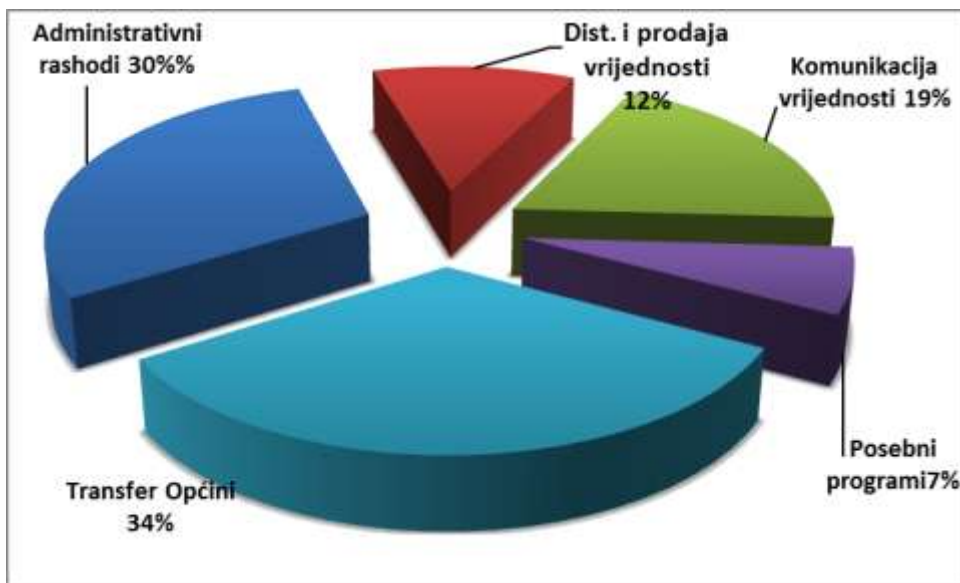
III. OSTVARENI RASHODI U 2014

Ukupni ostvareni rashodi za 2014. godinu iznose 1.440.391,00 kuna, a ostvareni 8% većem u odnosu na ostvarenje u 2013. godini. Realizirana sredstva u skladu su s Izmjenama i dopunama financijskog plana za 2014. godini.

U najvećem obujmu ostvareni su administrativni rashodi u iznosu od 435.376,00 kn, zatim transfer BP Općini u iznosu od 470.000,00 kn. Slijede rashodi na stavci dizajn vrijednosti u iznosu od 160.580,00 kn te komunikacijska vrijednosti i posebni programi.

Detaljna razrada realiziranih troškova pojašnjena je nastavku ovog Izvješća te je prikazana sukladno stavkama financijskog plana odnosno rebalansa financijskog plana, koji je usvojen u prosincu 2014. godine.

Grafikon 3. Struktura rashoda TZO Brtonigla za 2014.godinu



1. ADMINISTRATIVNI MARKETING

Administrativni marketing obuhvaća sve poslove ureda turističke zajednice. U administrativne rashode se ubrajaju rashodi za radnike, rashodi ureda, rashodi za rad tijela turističke zajednice, rashodi najma poslovnog prostora te rashodi za godišnju članarinu udruzi 'Gradovi vina/Citta` del vino'.

Rashodi za radnike

U Turističkom uredu s cjelogodišnjim poslovanjem zaposlene su 2 osobe na neodređeno vrijeme, direktorica ureda i referentica za administrativne i promidžbene poslove, s time da je direktorica turističke ureda u 2014. godini bila zaposlena do kraja mjeseca rujna. Od siječnja do svibnja te od sredine rujna do prosinca radno vrijeme ureda je radnim danom od 08 do 15 sati i subotom od 08 do 12 sati. Od lipnja do rujna turistički informativni centar Brtonigla pokriva radno vrijeme od 08 do 19 sati radnim danom, odnosno dvokratno nedjeljom, a za čije je nesmetano funkcioniranje zaposlena jedna dodatna osoba putem studentskog ugovora.

Turistički informativni centar - info punkt u kampu CampingIN Park Umag sezonskog je karaktera te je otvoren od sredine lipnja do sredine rujna. U njemu je zaposlena jedna osoba putem studentskog ugovora, a info punkt radi svaki dan u poslijepodnevnim i večernjim satima, prema procijenjenom terminu u kojem se bilježi najveći promet gostiju. Osoba zaposlena kao informator ujedno prati goste na promo izletu koji je i u 2014. godini realiziran u suradnji s Općinom Brtonigla i Razvojnomoj agencijom Brtonigla, te agencijom Istria Experience u cilju promocije i predstavljanja posjetiteljima ruralnog općinskog područja, njegovih glavnih atraktivnosti i lokalnih proizvođača. Izletom je u 2014. godini Brtoniglu posjetilo 110 osoba.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rashodi za radnike		
Ured <i>(kontinuirano)</i>	146.404 kn	146.404 kn
TIC Brtonigla <i>(kontinuirano)</i>	95.000 kn	92.596 kn
TIC Kamp Park Umag <i>(lipanj-rujan)</i>	12.700 kn	12.692 kn

Ukupni iznos	254.104 kn	251.691 kn
---------------------	-------------------	-------------------

U 2014. godini zabilježeno je smanjenje prvobitno planiranih rashoda za radnike u iznosu od 44.309 kn u odnosu na isto razdoblje prethodne godine iz razloga što se za mjesec listopad, studeni i prosinac nisu izdvajala sredstva za plaću direktorice ureda, koja je 30. rujna potpisala Sporazum o raskidu ugovora o radu.

Rashodi ureda

U okviru rada turističkog ureda svakodnevno su se obavljali stručni i administrativni poslovi, financijski i knjigovodstveni, kadrovski i opći poslovi, zatim poslovi evidencije i vođenja statističkih podataka utvrđenih propisima i aktima Zajednice, pružale usluge informiranja gostiju, u TIC-u Brtonigla i TIC-u Kamp Park Umag, organiziranja i koordiniranja manifestacija u nadležnosti TZ-a, izrađivale analize te pripremali drugi materijali za potrebe tijela Zajednice i pripremale sjednice tijela Zajednice te izrađivali i izvršavali akti tijela Zajednice sukladno Financijskom planu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rashodi ureda	130.684 kn	133.125 kn
Ukupni iznos	130.684 kn	133.125 kn

Rashodi za rad tijela turističke zajednice

U 2014. godini održane su redovne sjednice tijela Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora TZ Općine Brtonigla.

Skupština TZO Brtonigla

U 2014. godine održane su tri sjednice Skupštine, među kojima i Izborna sjednica Skupštine sa sljedećim točkama dnevnog reda:

- 10. sjednica Skupštine - ožujak 2014. godine – Dnevni red: 1. Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 9. sjednice Skupštine Turističke zajednice Općine Brtonigla; 2. Prijedlog usvajanja Godišnjeg financijskog izvješća i Izvješća o radu za 2014. godinu.; 3. Prijedlog usvajanja Izvješća Nadzornog odbora TZO Brtonigla o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2013. godinu.; 4. Razno.
- Izborna sjednica Skupštine – travanj 2014. godine – Dnevni red: 1.Otvaranje izborne sjednice Skupštine Turističke zajednice Općine Brtonigla; 2.Izbor radnih tijela Skupštine: Zapisničara i ovjervitelja zapisnika i Verifikacijske komisije; 3.Verifikacija i utvrđivanje:predsjednika Zajednice i predstavnika u Skupštini Zajednice;4. Poslovnik o radu Skupštine Zajednice – informacija; 5. Ovjera zapisnika sa 10. sjednice Skupštine Turističke zajednice Općine Brtonigla, održane 21. ožujka 2014. godine;6. Izbor i imenovanje članova Turističkog vijeća Zajednice; 7.Izbor i imenovanje članova Nadzornog odbora Zajednice; 8.Izbor i imenovanje predstavnika Zajednice u Skupštinu Turističke zajednice Istarske županije; 9. Usvajanje Izmjena i dopuna Statuta Turističke zajednice Općine Brtonigla; 10.Razno.
- 2. sjednica Skupštine –prosinac 2014. godine – Dnevni red: 1. Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 1. sjednice Skupštine Turističke zajednice Općine Brtonigla; 2. Prijedlog usvajanja Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem TZO Brtonigla za razdoblje siječanj – lipanj 2014.; 3.Prijedlog usvajanja Rebalansa Financijskog plana TZO Brtonigla za 2014. godinu.; 4. Prijedlog usvajanja Programa rada i Financijskog plana TZ Općine Brtonigla za 2015.g.; 5.Razno.

Turističko vijeće TZO Brtonigla

U 2014. godini održane su četiri sjednice Turističkog vijeća sa sljedećim točkama dnevnog reda:

- 17. sjednica Turističkog vijeća –ožujak 2014. godine - Dnevni red: 1.Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 16. sjednice Turističkog vijeća TZO Brtonigla; 2.Prijedlog usvajanja Godišnjeg financijskog izvješća i Izvješća o ostvarenju programa rada za 2013.godinu; 3.Prijedlog usvajanja Izvješća Nadzornog odbora TZO Brtonigla o obavljenom nadzoru nad poslovanjem

Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2013. godinu; 4. Prijedlog donošenja Odluke o raspisivanju izbora za članove Skupštine TZO Brtonigla; 5. Razno.

- 18. sjednica Turističkog vijeća – ožujak 2014. godine – Dnevni red: 1. Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 17. sjednice Turističkog vijeća TZO Brtonigla; 2. Donošenje Odluke o izmjenama i dopunama Statuta Turističke zajednice Općine Brtonigla.
- 1. sjednica Turističkog vijeća – kolovoz 2014. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija i usvajanje Zapisnika sa 18. sjednice Turističkog vijeća TZO Brtonigla (stari saziv); 2. Predstavljanje i usvajanje Polugodišnjeg financijskog izvješća i Izvješća o radu za razdoblje siječanj – lipanj 2014.; 3. Donošenje Odluke o usvajanju Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za razdoblje siječanj – lipanj 2014. godine.; 4. Pregled turističkog prometa za razdoblje siječanj – srpanj 2014. godine.; 5. Donošenje Odluke o osnivanju PPS kluba. Kraće predstavljanje pilot projekta 'Hrvatska 365'; 6. Donošenje Odluke o koordiniranju promocijskog izleta Brtonigla tour za turističku sezonu 2014. godine.; 7. Donošenje Odluke o sufinanciranju obilježavanja 60. obljetnice Gospodarske škole Buje u ime Klastera Sjeverozapadne Istre.
- 2. sjednica Turističkog vijeća- prosinac 2014. godine – Dnevni red: 1. Prijedlog usvajanja Zapisnika sa 1. sjednice Turističkog vijeća TZO Brtonigla; 2. Prijedlog usvajanja Rebalansa Financijskog plana TZO Brtonigla za 2014. godinu; 3. Prijedlog usvajanja Programa rada i Financijskog plana TZ Općine Brtonigla za 2015. godinu; 4. Razno.

Nadzorni odbor TZO Brtonigla

U 2014. godini održane su dvije sjednice Nadzornog odbora sa sljedećim točkama Dnevnog reda:

- 8. sjednica Nadzornog odbora – veljača 2014. godine – Dnevni red: 1. Verifikacija Zapisnika sa 7. sjednice Nadzornog odbora TZO Brtonigla; 2. Usvajanje Godišnjeg financijskog izvješća i Izvješća o radu za 2013. godinu.; 3. Donošenje Izvješća o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za 2013. godinu.
- 1. sjednica Nadzornog odbora – kolovoz 2014. godine – Dnevni red: 1. Izbor i imenovanje Predsjednika Nadzornog odbora TZO Brtonigla; 2. Verifikacija Zapisnika sa 8. sjednice

Nadzornog odbora TZO Brtonigla (u starom sazivu); 3.Predstavljanje Polugodišnjeg financijskog izvješća i Izvješća o radu za razdoblje siječanj – lipanj 2014. godine; 4.Donošenje Izvješća o obavljenom nadzoru nad poslovanjem Turističke zajednice Općine Brtonigla za razdoblje siječanj – lipanj 2014. godine

U 2014. godini došlo je do manjeg povećanja rashoda na stavci Rad tijela TZ-a iz razloga što 2104. godina bila izborna te su se održao veći broj sjednica.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rashodi za rad tijela turističke zajednice	10.000kn	11.019 kn
Ukupni iznos	10.000 kn	11.019 kn

Najam poslovnog prostora

Od 2012. godine Turistički ured se nalazi na novoj adresi sjedišta, u ulici Mlinska 2, u prizemlju zgrade budućeg Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva. U okviru mjesečnog najma koji se plaća najmodavatelju – Općini Brtonigla, obuhvaćeni su troškovi struje i vode, koje nije potrebno dodatno planirati. Cijena najma, međutim, ne obuhvaća komunalne usluge.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Najam poslovnog prostora	37.500 kn	37.629 kn
Ukupni iznos	37.500 kn	37.629 kn

Članarina udruzi Gradovi vina/Citta` del vino

I u 2014. godini TZO Brtonigla je ispunio obvezu uplate godišnje članarine kao član udruge Gradovi vina (Citta` del vino). Za razliku od prethodnih godina, iznos članarine je znatno smanjen zbog dugogodišnjeg članstva i stjecanja povlaštene cijene članarine.

I u 2014. godini je nastavljena suradnja s udrugom suradnjom na promociji vinskih destinacija, posebice kroz manifestacije. Tako je TZO Brtonigla ponovno obilježila Zvezdane kaleže (Calici di stelle), koji se održavaju na obalnom dijelu općine, u kampu CampingIN Park Umag, pri čemu Brtonigla predstavlja jedinu destinaciju u kojoj se spomenuta manifestacija organizira izvan Italije. Riječ je vinskoj manifestaciji na kojoj se promoviraju vina i vinari s brtoniškog područja uz poseban glazbeni program i stručno vođenje u promatranju zvijezda.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Članarina udruzi Gradovi vina / Citta` del vino	1.913 kn	1.913kn
Ukupni iznos	1.913 kn	1.913 kn

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Potpore manifestacijama

Na radionicama DMM (Destinacijski Marketing Menadžment), koje su održane u lipnju 2010. godine, usuglašeno je da eventni predstavljaju vrlo važan dio turističke ponude klastera te da je potrebno zajednički raditi na unapređenju postojećih te organiziranju novih. Strategija razvoja klasterskih evenata uključuje zajednički razvoj i komercijalizaciju evenata sa jakim karizmom na nivou cijelog klastera.

Definirane su i aktivnosti u razvoju i upravljanju klasterskim eventima:

a) definiranje klasterskih evenata (postojećih i novih)

b) grupiranje evenata u tematske cjeline

U cilju definiranja evenata na nivou turističkog klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, postavljanja zajedničkih kalendara te podjele aktivnosti i odgovornosti među sudionicima, eventi su primarno grupirani u četiri tematske cjeline:

- Zabava
- Kultura
- Sport i rekreacija
- Gourmet

c) unapređenje postojećih i razvoj novih klusterskih evenata

d) promoviranje clusterskih evenata

Clusterski eventi bili su naglašeno promovirani putem aktivnosti marketing plana clustera te putem marketinških aktivnosti dionika clustera.

Na klusterskoj razini nastavilo se s održavanjem ciklusa posebnih tematskih gourmet manifestacija (Dani jadranskih lignji, Dani školjaka, Dani šparuga, Dani švoja) koje se održavaju isključivo u pred i postsezonskom razdoblju s ciljem produženja sezone i stvaranja dodatnih motiva dolaska gostiju u vanezonskim terminima. Uspjeh ovih manifestacija, koje se obilježavaju u suradnji sa zainteresiranim ugostiteljskim objektima koji su uvršteni u Gourmet vodič klastera i Istre. Pored gourmet, organizirane su i klusterske sportske manifestacije, među kojima i bike manifestacije (Istria Granfondo i Istria Bike days).

Na lokalnoj razini i u 2014.. godini održana tematska manifestacija, Choco & Wine fest, koja je izazvala veliko zanimanje od strane posjetitelja i ostavila prostora daljnjem unaprijeđenju i profiliranju na regionalnom i širem području. Festival čokolade i vina održan je na isti dan i u kombinaciji sa sportskom manifestacijom Brtonigla Adventure Trekk, koja je podržana od strane cijelog klastera, a čiji je glavni organizator pazinsko sportsko društvo Trickeri.

Na lokalnoj razini određene su manifestacije održane tijekom ljetnih mjeseci (srpanj-kolovoz-rujan) kada na općinskom teritoriju boravi najviše gostiju. Pored tradicionalnog Festivala istarske malvazije, Fešte Sv. Roka, jesenskih Dana gljiva u organizaciji Društva gljivara Bujštine 'Boletus' – podružnice Brtonigla pružana je potpora brtoniškoj udruzi starih zanata Maison chic, u organizaciji sajma u jesenskom izdanju.

Mjesni odbori, uz potporu Općine Brtonigla i TZO Brtonigla, organizirali su svoje tradicionalne pučke fešte, među kojima s turističkog aspekta, valja posebno izdvojiti Večeri Karigadora. Riječ je o dvodnevnoj zabavi koja se održava na atraktivnoj lokaciji, na samoj plaži u Karigadoru, poveznica Fiorina, Karigadora i kampa Park Umag.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Podpore manifestacijama		
zabavne	55.899 kn	56.486 kn
kulturne	2.090 kn	2.090 kn
sportske	6.000 kn	6.000 kn
gourmet	65.228 kn	59.894 kn
ekološke	3.554 kn	3.554kn
Ukupni iznos	130.681 kn	125.935 kn

Razvoj proizvoda

Produžetak sezone u klasteru, kao i zadovoljenje očekivanja, želja i potreba gostiju koji su odabrali upravo ovu destinaciju za svoj odmor jedan je od primarnih zadataka turističkih zajednica klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje. Da bi se taj zadatak uopće mogao ostvariti nužno je kontinuirano kreirati i razvijati nove proizvode na nivou klastera koji će "stvarati razliku" u odabiru određene destinacije za odmor.

U cilju pozicioniranja i ostvarivanja vizije klastera, i u 2014. godini je nastavljeno s razvojem osnovnih proizvoda na kojima klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje gradi svoj lanac vrijednosti i kreira marketinške aktivnosti, a to su: nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet.

TZO Brtonigla financijski sudjeluje u razvoju bike i gourmet proizvoda.

Sukladno zajedničkom Marketing planu za 2013. godinu za klaster Sjeverozapadne Istre, realizirane su planirane aktivnosti za kvalitetnu pripremu turističke sezone, aktivnosti razvoja destinacijskih projekata i razvoja proizvoda gourmet, bike, wellness, nogomet i tenis. Među brojnim aktivnostima razvoja gourmet proizvoda, tijekom trajanja manifestacije Dani istarskih šparuga i Dani švoja realiziran je projekt mjerenja kvalitete usluga metodom tajnog gosta, čiji su rezultati prezentirani ugostiteljima koji su uključeni u projekt s ciljem poboljšanja i podizanja standarda kvalitete ove manifestacije.

Bike proizvod

Vizija projekta je da cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje postane atraktivan i kvalitetno organiziran biciklistički klaster koji nudi kompletan doživljaj, uvjete i usluge u skladu sa potrebama

biciklista. Prioritetni ciljevi su povećanje broja noćenja i dolazaka biciklista (grupe i individualci) te produženje turističke sezone (u periodu od ožujka do lipnja te rujna do listopada).

Imajući u vidu navedeno u 2014. godini u segmentu infrastrukture unaprijeđene usluge za bicikliste u objektima s oznakom Bike Hotels na području klastera postavljene informativne table za bicikliste (3), a u tijeku je priprema za postavljanje dodatnih informativnih tabela duž staze (udaljenosti u km i nazivi lokacija).

U promotivnim aktivnostima realizirane su prezentacija proizvoda bike-a bike specijalistima iz inozemstva (Njemačka, Nizozemska, Austrija, Hrvatska) na specijaliziranim sajmovima, radionicama, forumima. Realizirani obilasci i nastupi na specijaliziranim sajmovima: 9 (6 u inozemstvu / 3 u Hrvatskoj), novinari u organiziranom posjetu: 13 (9 iz inozemstva 4 iz Hrvatske), realizirana je video i foto produkcija proizvoda bike (teme: promo video – Istria Granfondo 2014, u tijeku montaža – Istria Granfondo 2014 i video za cestovne bicikliste), ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar cluster portala, objavljen sadržaj bike ponude sjeverozapadne Istre u specijalnom broju časopisa “Sport Activ” u Austriji.

Osim navedenog u 2014. je održano 20 rekreativnih biciklijada i po treći put je organiziran međunarodni biciklistički maraton Istria Granfondo na kojem je na području klastera u dva dana bilo 750 biciklista iz 10 zemalja, drugi put je organiziran projekt Istria Bike Days (rujan / listopad), paket evenata i ponude za bicikliste.

Također prema ukazanim potrebama u 2014. godini, dotisnuli smo bike karte (cestovne i MTB) te Istria Bike Days, Bike evente.

Gourmet proizvod

Cilj ovog projekta je prepoznavanje klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje po vrhunskoj eno - gourmet ponudi, razrađenim programima i uslugom usmjerenom prema gostu tijekom čitave godine. U okviru razvoja gourmet proizvoda osnovne su aktivnosti bile: uvođenje novih sadržaja i programa, izrada tematskih paketa i komercijalizacija istih, organizacija gourmet evenata, proširenje suradnje s partnerima (specijalizirane agencije, opinionmakeri...), dorada brošure i prezentacijskog materijala gourmet ponude, promocija, PR aktivnosti, te sajmovi i prezentacije.

U segmentu promocije realizirane prezentacije i promocije: 8 (4 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj), dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 28 (iz inozemstva i Hrvatske), objavljeno 165 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala, realiziran je tisak promotivni materijali odnosno letci gourmet manifestacija klastera, a u tijeku je priprema sadržaja za reprint prezentacijske brošura gourmet proizvoda. U segmentu organizacije eventa realiziranisu slijedeći event; po deseti put održali Dani istarskih šparoga, sedmi put Dani švoja, treći

put Dani jadranskih lignji, a drugi put su u veljači odnosno ožujku 2014. godini organizirani i Dani školjaka.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Razvoj proizvoda		
Bike	14.435 kn	13.825 kn
Gourmet	26.109 kn	20.821 kn
Ukupni iznos	40.544 kn	34.645 kn

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Online komunikacija

Ulaganje u online komunikaciju TZO Brtonigla realizira u suradnji s TZIŽ-om i na klusterskoj razini u suradnji s partnerom Istra D.M.C., obzirom da je online komunikacija postala prioritetni kanal promocije.

U 2014. godini turističke zajednice klastera gradova Umag, Novigrad, Buje i općine Brtonigla nastavile su implementaciju i primjenu zajedničkog vizualnog identiteta i time pokrenule i realizirale niz zajedničkih projekata u online segmentu

Projekt destinacijskog web portala www.coloursofistria.com predstavlja jedan od kanala zajedničke promocije cjelokupne turističke ponude sa područja Sjeverozapadne Istre. Primjer je projekta javno-privatnog partnerstva u koji su uključene turističke zajednice gradova Umag, Novigrad, Buje i općine Brtonigla te hotelske kompanije Istraturist Umag i Laguna Novigrad, koji i kroz ovaj kanal promocije zajednički rade na daljnjem razvoju Sjeverozapadne Istre koja želi unapređenjem kvalitete svoje ponude učvrstiti poziciju destinacije idealne za odmor.

U 2014. godini aktivnosti na području e-marketinga bile su usmjerene prvenstveno prema unapređenju centralnog web portala na razini klastera, te je realizirano:

- isporučeni e-projekti:
 - > mobilna verzija stranice
 - > mobilna aplikacija
 - > pojednostavljen prikaz smještaja

- ostvarena intenzivna prisutnost na društvenim mrežama sa fokusom na Facebook te je uvedena nova platforma za komunikaciju – Blog
- započet prijevod stranica na slovenski jezik (objava u Ožujku 2015.) te vršen kontinuiran rad na sadržaju (eventi/članici)
- nastavljena optimizacija stranica sa ciljem postizanja što boljeg SERP-a a sukladno SEO analizom i strategijom ključnih riječi sa ciljem
- realizirana e-promocija destinacije sukladno planu sa promocijom na društvenim mrežama te adwords i image/banner kampanjama

Aktivnosti su sufinancirane od strane dionika prema udjelima u ukupnom broju realiziranih noćenja turističkih zajednica na nivou clustera, uz sufinanciranje pripadajućih turističkih zajednica od strane hotelskih kompanija partnera. Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj e-marketinga u 2014. godini je iznosio 978.500 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Online komunikacija		
Internet stranice i društvene mreže	45.248 kn	48.522 kn
SEO strategija	4.300 kn	0 kn
Ukupni iznos	49.548 kn	48.522 kn

Offline komunikacija

PR aktivnosti – odnosi s javnošću

S obzirom na činjenicu da trošak oglašavanja predstavlja vrlo značajnu stavku u ukupnim troškovima, a da raspoloživa sredstva ni u kom slučaju ne zadovoljavaju potrebe vezane uz oglašavačku kampanju, turističke zajednice klastera nastojale su taj manjak sredstava kompenzirati i putem PR aktivnosti na nivou klastera sukladno Marketing planu klastera za 2014. godinu.

Sukladno tome, projektni timovi razvoja proizvoda klastera su u okviru svojih budžeta planirali sredstva za PR agente za hrvatsko, talijansko, njemačko i slovensko govorno područje, te su sukladno planiranom realizirali dovođenja novinara s hrvatskog, talijanskog, njemačkog i slovenskog govornog područja koji su komunicirali razvoj pojedinačnih proizvoda i pripadajućih im eventa na emitivnim tržištima Hrvatske, Italije, Austrije, Njemačke i Slovenije.

Pored navedenih za aktivnosti PR pod razvojem posebnih proizvoda na nivou klastera, TZO Brtonigla sudjeluje u prihvatu i smještaju novinara na boravku u Brtonigli npr. za vrijeme trajanja određene općinske manifestacije.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
PR aktivnosti – odnosi s javnošću	4.682 kn	4.682 kn
Ukupni iznos	4.682 kn	4.682 kn

Brošure i ostali tiskani materijal

U izradi brošura i kompletnog tiskanog materijala TZO Brtonigla sudjeluje s TZIŽ-om na regionalnom nivou, s turističkim zajednicama klastera Umaga, Novigrada i Buja, a dijelom odrađuje samostalno na lokalnoj razini.

S TZIŽ-om participacija je temeljena na zajedničkom Marketing planu za 2014. godinu, a odnosi se na izradu image brošura Istre i posebnih brošura po proizvodima. U ovu stavku uvršteno je i sufinanciranje aplikacije za Arhinet, sustav za zaštitu arhivskog gradiva.

Od klusterskih promomaterijala realiziran je Imidž katalog sjeverozapadne Istre, zatim Kalendar događanja za 2014. godinu, biciklističke karte SZ Istre (cestovne i MTB). Zbog dostatnih količina Gourmet i Bike vodiča u 2014. godini nije se išlo u tisak.

Svi materijali tiskani su u 4 jezične varijante (HR-IT-EN-DE), dostupni su na destinacijskom webu www.coloursofistria.com u pdf formatu, a bili su na raspolaganju gostima u info punktovima, na svim manifestacijama održanim na općinskom području, prezentacijama i sajmovima.

Na lokalnoj razini TZO Brtonigla tiskala info mapu Brtonigle, s klusterskim vizualnim identitetom i osnovnim informacijama koje su potrebne posjetiteljima na području općine.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Brošure i ostali tiskani materijal		
TZIŽ	2.299 kn	4.138 kn
Cluster		
image katalog	11.850 kn	11.850 kn
gourmet vodič	0 kn	0 kn
bike	4.931 kn	4.931 kn
kalendar događanja	8.872 kn	8.872 kn
mape i vrećice	1.756 kn	1.756 kn
TZO Brtonigla		
plan Brtonigle	17.798 kn	17.797 kn
razno	938 kn	938 kn
Ukupni iznos	47.506 kn	49.390 kn

Signalizacija i ostalo

Sukladno planu i realnim financijskim mogućnostima, u 2014. godini se pristupilo realizaciji odnosno dopuni postojeće smeđe turističke signalizacije na općinskom području pri čemu su postavljene dodatne ploče na postojeće table za označavanje ključnih subjekata koji su izostajali te za korekciju postojećih tabli.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Info table	0 kn	0 kn
Smeđa signalizacija	24.255 kn	24.255 kn
Ukupni iznos	24.255 kn	24.255 kn

Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U modelima oglašavanja u 2014. godini (model I., II. i IV.), TZIŽ je bila ključna karika koje je objedinjavala interes javnog i privatnog sektora pojedinih destinacija naše regije, posebice prema domaćim i stranim organizatorima putovanja. Sukladno navednom Turistička zajednica Istarske županije je i u 2014. godini, kao i u proteklim godinama, koordinirala procesom objedinjavanja javnog i privatnog sektora u kandidiranju promotivnih kampanja s HTZ-om.

Turistička zajednica Općine Brtonigla sudjelovala je u sufinanciranju oglašavanja prema navedenim modelima u iznosu od 59.004 kn kako je to definirano Strateškim marketing planom čiji je potpisnik.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Udruženo oglašavanje (TZIŽ)		
Model I.	22.987 kn	22.988 kn
Model II.	18.007 kn	18.008 kn
Model IV.	18.007 kn	18.007 kn
Ukupni iznos	59.001 kn	59.004 kn

Oglašavanje

Kulturno zabavne manifestacije u suorganizaciji TZO Brtonigla, Općine Brtonigla i Razvojne agencije Brtonigla, aktivno su najavljivane, promovirane i praćene putem radio postaja lokalnog i regionalnog karaktera. Tako su na godišnjoj razini sklopljeni ugovori sa županijskom radio mrežom Radio Istra i Radio Eurostarom. Također, za potrebe važnijih manifestacija (Choco & Wine fest, Festival istarske malvazije, Fešta Sv. Roka) u suradnji s TV postajom TV Istra, realizirane su i višekratno emitirane reportaže na ovoj regionalnoj TV postaji. Po potrebi se sudjelovalo u promociji manifestacija u mjesečnom magazinu Bujština.

Osim najave i promocije manifestacija, za čije se potrebe primarno koriste usluge oglašavanja, Brtonigla kao turističko mjesto na kojem je smješten jedan od vodećih kampova u Hrvatskoj, sudjelovala je u oglašavanju u suradnji s Kamping udruženjem Hrvatske (KUH) u katalogu *Najbolji kampovi Hrvatske*. Katalog je izašao početkom 2014. godine na 5 jezičnih varijanti (EN, DE, NL, IT, SLO) i distribuiran na svim ključnim sajmovima za kamping ponudu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Oglašavanje	69.640 kn	70.616 kn
Ukupni iznos	69.640kn	70.616 kn

Promocija turističke destinacije – projekt Vina Sjeverozapadne Istre

Sufinanciranje promocije Vina Sjeverozapadne Istre podržano je na razini klastera od turističkih zajednica Umaga, Novigrada, Brtonigle i Buja. U sklopu projekta „Vinomat“ tijekom turističke sezone 2014. godine u tim objektima prodavala su se autohtona vina sjeverozapadne Istre. Za tu potrebu postavljeni su vinomati u smještajnim objektima Istraturista Umag d.d. Vinomati su postavljeni na Istria Experience info punktovima u CampingIN Park Umagu i Stella Maris resortu te na recepciji Melia Istrian Villas. Na tim su se lokacijama nudile degustacije i prodaja vina lokalnih vinara tokom turističke.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Projekt vina SZ Istre	9.375 kn	9.375 kn
Ukupni iznos	9.375 kn	9.375 kn

4. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

U 2014. godini realizirana je dopuna baze fotografija reportažnim snimanjem s važnijih manifestacija kako bi se realizirane fotografije mogle upotrijebiti za potrebe web-a i kataloga.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Baza fotografija i filmova	2.578 kn	4.052 kn
Ukupni iznos	2.578 kn	4.052 kn

5. POSEBNI PROGRAMI

Turistička zajednica Općine Brtonigla u 2014. godine kratkoročno se zadužila kod Istarske kreditne banke d.d. Umag za potrebe pripreme turističke sezone 2014.godine u iznosu od 50.000 kn.

Navedena sredstva su vraćena u 2014. godini.

Od posebnih programa valja istaknuti projekt Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva. U suradnji s Općinom Brtonigla 2009. godine pokrenut je projekt restauracije starih strojeva koji se nalaze u zgradi budućeg Muzeja vina i seljačkog stvaralaštva. Projekt restauracije strojeva osim povijesne važnosti u očuvanju tradicijskih vrijednosti ima i edukativno-kulturnu funkciju.

Utrošena sredstva TZO Brtonigla za projekt Muzeja vina iznose 53.871 kn, od čega je 20.000 kn donirano iz Općinskog proračuna.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Posebni programi	3.675 kn	3.675 kn
Ukupni iznos	3.675 kn	3.675 kn

6. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI BRTONIGLA

U skladu s usvojenim Financijskim planom, potom Rebalansom Financijskog plana za 2014. godinu, u 2014. godini izvršen je transfer po osnovi uplaćene boravišne pristojbe u ukupnom iznosu od 470.000 kuna, od čega 124.000 kuna za pokrivanje duga iz prethodne 2013. godine, i 346.000 kuna za 2014. godinu. Obzirom na problem nelikvidnosti TZO Brtonigle na kraju 2014. godine, primarno zbog akumuliranih i prenesenih dugovanja iz 2013. godine, dio dugovanja iz 2014. godine prenesen je i ugrađen u Financijski plan za 2015. godinu.

7. FINACIJSKO IZVJEŠĆE

Pregled realizacije po točkama Financijskog plana za 2014. sastavni je dio ovog Izjvešća.