

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA NOVIGRADA – CITTANOVA

**Izvešće o radu i finansijsko izvješće
Turističkog ureda
Turističke zajednice Grada Novigrada - Cittanova
za 2017. godinu**

Novigrad, travanj 2018.

1. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET U 2017. GODINI

2017. godina bila je još jedna vrlo uspješna turistička godina, te na razini komercijalnog turističkog prometa ostvarena je još jedna rekordna godina, pa je tako realizirano 3% više dolazaka i 5% više noćenja. Novigrad je prošle godine realizirao ukupan turistički promet od 227.744 dolazaka i 1.271.303 noćenja (bez podataka za nautički turizam, s podacima za nekomercijalni smještaj), što predstavlja 3% više dolazaka i 7% više noćenja.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 2017. i 2016. godinu

Tip smještaja	Dolasci 2017	Dolasci 2016	Indeks	Noćenja 2017	Noćenja 2016	Indeks
Komercijalni smještaj	213.196	206.854	103	1.139.111	1.086.527	105
Nekomercijalni smještaj	9.548	8.425	113	132.192	105.678	125
Ukupno	227.744	215.279	103	1.271.303	1.192.205	107

Hrvatsku je prošle godine posjetilo 18,5 milijuna turista koji su realizirali rekordnih 102 milijuna noćenja što predstavlja povećanje od 13% u dolascima te 12% više noćenja. Od ukupnog broja gostiju, 12% čine domaći gosti kojih je lani bilo 2 milijuna, a ostvarili su 12,2 milijuna noćenja.

Istru je prošle godine posjetilo 4.222.482 turista koji su ostvarili 27.509.128 noćenja, što znači da je broj dolazaka i noćenja 10% veći od prošlogodišnjeg. U ukupnom turističkom prometu Istre, Novigrad učestvuje sa 4,62% dolazaka i 4,77% noćenja.

Analizirajući rezultate po tržištima, kod deset najbrojnijih i najznačajnijih emitivnih tržišta zabilježeni su odlični rezultati. Najbrojnije, slovensko tržište realiziralo je 6% više noćenja, Nijemci su tradicionalno drugi po redu s najvećim indexom povećanja od 13%, dok su Austrijanci, treći po redu, ostvarili 2% više noćenja. Četvrti po redu Talijani, pokazuju i dalje stalan i kontinuirani oporavak jer već četiri godine za redom bilježe povećanje, pa je tako kod njih zabilježeno 1% više noćenja, dok su jedino Nizozemci zabilježili 1% manje noćenja u odnosu na godinu prije. S ova pet tržišta pokriveno je čak 81% udjela ukupnog turističkog prometa Novigrada.

Također, odlični rezultati su lani ostvareni i kod ostalih tržišta, pa je tako najveći index povećanja zabilježen kod gostiju iz Slovačke (+14%), zatim Češke (+12%) i kod domaćih gostiju (+12%), slijede Poljaci s povećanjem od 4% te Švicarci s porastom od 5%. Može se zaključiti da je 2017. godina bila odlična turistička godina jer je zabilježen porast turističkog prometa kod gotovo svih top 10 tržišta.

Tabela 2. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja po zemljama porijekla – TOP 10

Zemlja	Noćenja 2017	Udio %	Noćenja 2016	Udio %	Indeks
Slovenija	394.924	31,06%	372.318	31,23%	106
Njemačka	308.558	24,27%	272.727	22,88%	113
Austrija	214.696	16,89%	211.132	17,71%	102
Italija	70.686	5,56%	69.691	5,85%	101
Nizozemska	43.341	3,41%	43.823	3,68%	99
Češka	39.905	3,14%	35.786	3,00%	112
Hrvatska	36.431	2,87%	32.448	2,72%	112
Poljska	22.825	1,80%	21.990	1,84%	104
Slovačka	21.187	1,67%	18.627	1,56%	114
Švicarska	20.847	1,64%	19.789	1,66%	105
Ostali	97.903	7,38%	93.874	7,87%	104
Sveukupno	1.271.303	100	1.192.205	100	107

Pogledamo li realizaciju po vrsti smještaja, gotovo svi imaju pozitivne indexe, a najveći postotni porast od 25% u noćenjima zabilježen je kod nekomercijalnog smještaja, odnosno u stanovima i kućama za odmor i time se postupno vraćaju brojke realizirane prije uvođenja sustava eVisitor.

Tabela 3. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja prema vrsti smještaja

Vrsta smještaja	Dolasci 2017	Dolasci 2016	Indeks	Noćenja 2017	Noćenja 2016	Udio %	Indeks
Kampovi	90.505	86.730	104	511.686	478.693	41	107
Hoteli	58.008	61.500	94	237.934	250.447	19	95
Privatni smještaj	39.147	35.186	111	260.070	237.825	20	109
Turistička naselja (Pineta i Mareda)	16.777	15.354	109	102.655	95.384	8	108
Stanovi i kuće za odmor	9.548	8.425	113	132.192	105.678	10	125
Mali i obiteljski hoteli	6.280	5.973	105	17.509	16.258	1	108
Pansioni	2.479	2.110	117	9.257	7.915	1	117
Sveukupno	222.744	215.278	103	1.271.303	1.192.205	100	107

Sljedeća skupina smještaja s najvećim postotnim porastom jesu pansioni sa 17% više noćenja, zatim privatni smještaj s indexom povećanja od 9%, slijede s podjednakim porastom od 8% turistička naselja

u Pineti i Maredi te mali i obiteljski hoteli. U kampovima je realiziran solidan rast od 7% u kojima boravi najveći broj novigradskih gostiju (41%). Jedina kategorija koja je zabilježila manje noćenja jesu veliki hoteli, s padom broja noćenja od 5% u odnosu na 2016.

U apsolutnim brojkama, najveće povećanje u broju noćenja zabilježeno je u kampovima (+33.000 noćenja), zatim u stanovima i kućama za odmor (+26.000 noćenja) te u privatnom smještaju (+22.000 noćenja).

Tabela 4. Pregled dolazaka i noćenja po mjesecima

Mjesec	Dolasci 2017	Dolasci 2016	Indeks	Noćenja 2017	Noćenja 2016	Indeks
Siječanj	914	809	113	3.357	3.170	106
Veljača	3.532	3.813	93	9.736	11.809	82
Ožujak	7.576	8.889	85	22.423	26.182	86
Travanj	16.483	12.463	132	54.342	39.927	136
Svibanj	15.587	17.705	88	56.548	66.046	86
Lipanj	38.287	29.067	132	187.362	143.330	131
Srpanj	53.845	51.985	104	371.226	342.418	108
Kolovoz	49.885	48.542	103	383.400	361.425	106
Rujan	21.928	26.292	83	131.237	145.075	90
Listopad	10.851	11.432	95	39.221	40.091	98
Studeni	2.340	2.241	104	8.853	7.759	114
Prosinac	1.516	2.041	74	3.598	4.973	72
Ukupno	222.744	215.279	103	1.271.303	1.192.205	107

Iz tablice je vidljiv porast gostiju u siječnju i travnju, u tri mjeseca glavne turističke sezone te u studenom. Negativan turistički promet ostvaren je u veljači, ožujku i svibnju te u rujnu, listopadu i prosincu. Najveći postotni porast zabilježen je u travnju i lipnju s porastom turističkog prometa za više od 30% u odnosu na 2016., dok je u apsolutnim brojkama najveće povećanje realizirano u lipnju (44.000 noćenja više) i srpnju (29.000 noćenja više).

Ukupan broj komercijalnog smještajnog kapaciteta povećan je za 4%, te je lani na području Novigrada registrirano 13.484 komercijalnih kreveta, te 6.884 kreveta u nekomercijalnom smještaju. Najveće povećanje kapaciteta zabilježeno je u privatnom smještaju (9% više, odnosno, registrirano je pedesetak novih iznajmljivača). Također, za 5% povećan je i kapacitet u kampovima a to se ponajprije odnosi na autokamp Aminess Park Mareda koji je na 138 novih parcela sa 46 novih mobilnih kućica povećao kapacitet kampa za 300 osoba.

Novigrad je i protekle godine bio odredište velikog broja gostiju, te je uz rekordan turistički promet u ljetnim mjesecima, zabilježen i solidan turistički promet za vrijeme pred i posezone. Tako je travanj bio najuspješniji mjesec po povećanju prometa za vrijeme predsezona, te studeni za vrijeme posezone (u

apsolutnim brojkama). Uspoređujući podatke zadnjih desetak godina, Novigrad je zaista napravio veliki iskorak u kvaliteti smještajne, ali i ugostiteljske ponude, što je dovelo do rasta turističkog prometa.

Tabela 5. Pregled smještajnih kapaciteta u 2017. godini

Vrsta smještaja	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta	Udio prema kategoriji
Kampovi 4*	2	1.700	5.100	0	87%
Kampovi 3*	1	261	783	0	13%
KAMPOVI UKUPNO	3	1.961	5.883	0	100%
Hoteli 4*	2	350	609	0	59%
Hoteli 3*	1	220	422	0	41%
HOTELI UKUPNO	3	570	1.031	0	100%
Privatni smještaj 5*	6	6	38	8	1%
Privatni smještaj 4*	82	125	415	184	12%
Privatni smještaj 3*	509	910	2.416	1.003	72%
Privatni smještaj 2*	57	149	392	81	12%
Privatni smještaj 1*	14	25	75	9	2%
PRIVATNI SMJEŠTAJ UKUPNO	668	1.215	3.336	1.285	100%
TURISTIČKA NASELJA	69	657	2.977	137	100%
Kastanija-Pineta - bez kategorizacije	1	18	156	0	8%
Kastanija-Pineta 3*	8	76	423	43	22%
Kastanija-Pineta 2*	6	123	407	13	21%
Kastanija-Pineta 1*	3	161	980	0	50%
Ukupno Kastanija-Pineta	18	378	1.966	56	100%
Mareda 3*	14	25	90	10	9%
Mareda 2*	14	23	58	32	6%
Mareda 1*	23	231	863	39	85%
Ukupno Mareda	51	279	1.011	81	100%
Mali i obiteljski hoteli 4*	1	13	26	0	19%
Mali i obiteljski hoteli 3*	4	56	114	0	81%
MALI I OBITELJSKI HOTELI UKUPNO	5	69	140	0	100%
PANSIONI	4	59	117	0	100%
Sveukupno komercijalni smještaj:	752	4.531	13.484	1.422	66%

Vrsta smještaja	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta	Udio prema kategoriji
Vikendica - Kuća za odmor	392	402	2.104	33	31%
Vikendica - Stan za odmor	929	933	3.644	96	53%
Stan stanovnika grada	97	97	406	17	6%
Kuća stanovnika grada	134	134	730	20	11%
Sveukupno nekomercijalni smještaj	1.552	1.566	6.884	166	34%
SVEUKUPNO	2.304	6.097	20.368	1.588	100%

II. OSTVARENI PRIHODI U 2017. GODINI

Turistička zajednica Grada Novigrada-Cittanova je u 2017. godini ostvarila najveći do sada zabilježen prihod u iznosu od 4.773.296 kn. Ukupno ostvareni prihodi u 2017. godini manji su za 2% u odnosu na rebalans plana, odnosno realizirano je 113.470 kn manje prihoda. Na smanjenje ukupnih prihoda u odnosu na rebalans plana najviše je utjecalo smanjenje priljeva sredstava od boravišne pristojbe za gotovo 100.000 kn (-3%), zbog neuplaćenih dugovanja do kraja veljače.

Prihodi od boravišne pristojbe čine 75% ukupnih prihoda te je lani uplaćen rekordan iznos od 3.580.231 kn, odnosno 65.355 kn više nego godinu ranije, što je 2% više u odnosu na 2016. godinu te 3% manje u odnosu na rebalans plana. Prihodi od turističke članarine manji su za 85.000 kn (16% manje) u odnosu na 2016. god. (ukupno uplaćeno 457.724 kn), te 3% manji od rebalansa plana, s udjelom od 10% u ukupnim prihodima. Iz Proračuna Grada Novigrada uplaćeno je ukupno 430.000 kn sukladno planu, za realizaciju manifestacija *Maškare*, *Sv. Ivan Krstitelj*, *Parkfest*, *Novo Kino Novigrad*, *Fešta Sv. Pelagija* i *Slikarski ex-tempore*, što predstavlja 2% manje u odnosu na 2016. te čini 9% ukupnih prihoda. Ostvareni prihodi od drugih aktivnosti veći su za 11% u odnosu na 2016. godinu, u najvećoj mjeri zbog više uplaćenih sredstava sponzorstva od strane trgovačkih društava. Prihodi od boravišne pristojbe od nautičkog turizma manji su za 7% u odnosu na prethodnu godinu i kod ove stavke vidljiv je konstantan pad učešća Istre u prihodima prema raspodjeli BP od nautike po županijama. Sukladno Pravilniku o naplati boravišne pristojbe, u Lučkoj kapetaniji ispostava Novigrad, do kraja godine naplaćeno je ukupno 1.425.650 kn boravišne pristojbe od nautičara, odnosno 215.950 kn više od prethodne godine. U odnosu na rebalans, prihodi od drugih aktivnosti manji su za 1% zbog neizvršene uplate potpore HTZ-a za manifestaciju Gnam-gnam Fest u iznosu od 10.000 kn (potpora je uplaćena u 2018. godini). Od ostalih prihoda, za prošlogodišnje razdoblje uplaćeno je 18.000 kn za potpore manifestacijama od strane TZIŽ (10.000 za Istria Youth Cup 10.000 kn, 5.000 kn za Istria Winter Cup te 3.000 kn za Gnam-gnam Fest), te 49.120 kn sponzorstva za manifestacije od trgovačkih društava. Od navedenog iznosa sponzorstva, 37.500 kn uplaćeno je za sponzorstvo Fešte Sv. Pelagija iz 2016. god. od jedne slovenske tvrtke. Zbog odstupanja u financijskom planu u odnosu na plan, krajem godine je Turistička zajednica Grada Novigrada-Cittanova izradila izmjene i dopune financijskog plana za 2017. godinu čime su izmjenjene određene stavke pripadajućeg financijskog plana sukladno ostvarenju.

Tabela 4. Usporedni prikaz ostvarenih prihoda 2015., 2016. i 2017. godine

PRIMICI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2015.	OSTVARENJE 2016.	PLAN 2017	REBALANS PLANA 2017	OSTVARENJE 2017.	RAZLIKA 6 - 5	Indeks 6/3	Indeks 6/5	Udio %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	3.487.823	3.514.876	3.660.000	3.680.000	3.580.231	-99.769	102	97	75%
PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	441.491	542.890	535.000	470.000	457.724	-12.276	84	97	10%
PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA	405.000	440.000	430.000	430.000	430.000	0	98	100	9%
PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	255.394	251.770	356.000	282.377	278.997	-3.380	111	99	6%
Prihodi BP - Nautika TZIŽ	204.605	194.343	195.000	180.409	180.409	0	93	100	4%
Račun BP - Refundacija HTZ	27.789	16.427	31.000	31.468	31.468	0	192	100	1%
Potpore projektima i manifestacijama	10.000	22.500	100.000	28.000	18.000	-10.000	80	64	0%
Prihodi od trgovačkih društava	13.000	18.500	30.000	42.500	49.120	6.620	266	116	1%
OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	599	5.956	1.000	24.389	26.344	1.955	442	108	1%
SVEUKUPNO PRIHODI	4.590.307	4.755.492	4.982.000	4.886.766	4.773.296	-113.470	100	98	100%

Detaljnija struktura prihoda i rashoda po pojedinim stavkama, sastavni je dio financijskog izvješća Turističke zajednice Grada Novigrada za 2017. godinu i nalazi se pri kraju ovog izvješća.

III. OSTVARENI RASHODI U 2017. GODINI

Turistička zajednica Grada Novigrada - Cittanova je u 2017. godini ukupno realizirala 4.718.138 kn rashoda odnosno izdataka, približno isti iznos rashoda kao u 2016. godini. Ukupno ostvareni rashodi odnosno izdaci u 2017. imaju odstupanje od 1% u odnosu na rebalans plana te je u konačnici realizirano 41.860 kn manje ukupnih rashoda u odnosu na rebalans plana, što je uz manje realizirane ukupne prihode u odnosu na rebalans plana dovelo do manjeg iznosa viška prihoda nad rashodima u iznosu od 55.157 kn umjesto planiranih 126.767 kn viška prihoda nad rashodima.

Od ukupnih troškova TZ-a, u najvećem obujmu ostvareni su rashodi za dizajn vrijednosti, koji se odnose na realizaciju manifestacija, na razvoj destinacijskih proizvoda i na uređenje novigradskih plaža, za što je ukupno utrošeno gotovo polovica budžeta, tj. nešto više od 2,1 milijuna kuna (45% ukupnih rashoda). Sljedeća po redu stavka je transfer u proračun Grada od 1.069.069 kn (23% ukupnih rashoda), zatim administrativni rashodi u iznosu od 842.334 kn (18% ukupnih rashoda). Slijede troškovi komunikacije vrijednosti s ostvarenih 592.874 kn koji čine 13% ukupnih rashoda, zatim troškovi distribucije i prodaje vrijednosti koji se odnose na sajmove, prezentacije te ugošćavanje novinara i agenata s realiziranih 34.581 kn (1% ukupnih rashoda), troškovi marketinške infrastrukture s utrošenih 19.542 kn (1%), ostali rashodi za pomoći, donacije i sponzorstva u iznosu od 17.735 kn (1%), troškovi internog marketinga odnosno troškovi edukacija, nagrada i priznanja za najuređenije okućnice i balkone u iznosu od 15.686 kn rashoda, te troškovi za posebne programe, odnosno sufinanciranje Istra Brand Audit i Big Idea projekta sa 12.235 kn.

Od pojedinačno ostvarenih troškova prema Financijskom planu za 2017. godinu, najveći dio utrošen je za realizaciju mnogobrojnih manifestacija, odnosno 1.669.247 kn što u ukupnim rashodima čini 35%, slijede rashodi za radnike u iznosu od 596.163 kn (13% ukupnih rashoda). Zatim troškovi razvoja

proizvoda koji iznose 285.800 kn i čine 5% ukupnih izdataka, slijede troškovi poticanja i sudjelovanja u uređenju grada odnosno sufinanciranje uređenja gradskih plaža, postavljanja kabina za presvlačenje te projekta suzbijanja populacije galebova s ukupno utrošenih 216.648 kn (5%), zatim rashodi ureda u iznosu od 188.425 kn te troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama čije se aktivnosti ostvaruju u suradnji s TZIŽ-om u iznosu od 177.637 kn (4% ukupnih rashoda). Sljedeći su troškovi online komunikacije ili upravljanje internet stranicama s udjelom od 3% (121.953 kn), troškovi za tisak brošura i ostalih tiskanih materijala – 106.599 kn (2%), slijede troškovi signalizacije u iznosu od 103.804 kn (2%), troškovi općeg oglašavanja s iznosom 42.745 kn (1%), te ostali troškovi s udjelom od 1% ili manje koji su detaljnije prikazani u Financijskom planu.

Detaljnija razrada realiziranih troškova pojašnjena je u nastavku ovog Izvešća, sukladno stavkama financijskog plana.

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI

U ovu stavku uvršteni su rashodi za radnike, rashodi ureda, rashodi TIC-a, rashodi za rad tijela TZ-a te troškovi amortizacije.

Krajem travnja je TIC započeo s cjelodnevnom radnim vremenom od 08 do 19h svakim danom, te su zaposlene dvije sezonske djelatnice, dok je sredinom srpnja zaposlena još jedna sezonska djelatnica za poslove informiranja gostiju, naplate boravišne pristojbe i dr. kako bi i u popodnevnoj smjeni bile dvije osobe za rad u TIC-u.

Tijekom travnja, svibnja i lipnja, nastavljena je distribucija letaka za informiranje vlasnika kuća i stanova za odmor o novom sustavu za prijavu i odjavu gostiju, te je radi bržeg unosa podataka gostiju, otkupljen elektronski čitač dokumenata.

Rashode ureda čine izdaci za usluge (troškovi najma, vode, telefona, komunalne, poštanske, računovodstvene usluge i dr.), materijalni izdaci (troškovi struje, uredski materijal, materijal za čišćenje i održavanje ureda i službenog vozila i dr.), troškovi reprezentacije i sjednica, premije osiguranja i ostali nespomenuti rashodi.

Rashode TIC-a čine izdaci za usluge (telefon, poštarina, najam čitača dokumenata i dr.), materijalni izdaci (za čišćenje, uredski materijal i dr.), sitan inventar (nabava uredskih stolica i izrada polica za TIC), te ostali nespomenuti rashodi.

Ured Turističke zajednice Grada Novigrada-Cittanova u predmetnom razdoblju koordinirao je, organizirao i pripremao dokumentaciju za potrebe tijela zajednice. Održane su dvije sjednice Skupštine, dvije sjednice Turističkog vijeća te dvije sjednice Nadzornog odbora.

Ukupno je u 2017. godini realizirano 1% manje troškova u stavci administrativnih rashoda u odnosu na izmjene plana.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	814.000 kn	813.622 kn	812.913 kn

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Ovdje su uvrštene aktivnosti poticanja i sudjelovanja u uređenju grada, zatim troškovi manifestacija, razvoj proizvoda i potpora razvoju DMK-a.

Troškovi dizajna vrijednosti su u odnosu na 2016. godinu smanjeni za 5% te su u skladu s izmjenama plana.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	2.254.903 kn	2.117.802 kn	2.114.082 kn

2.1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

U aktivnostima za poticanje i sudjelovanje u uređenju grada, realizirani su troškovi participacije u projektu uređenja novigradskih plaža, postavljanje 4 kabine za presvlačenje na 4 plaže te troškovi kontrole i suzbijanja populacije galeba klaukavca. U odnosu na plan, smanjen je iznos participacije ulaganja u plaže s 300.000 kn na 200.000 kn. Troškovi obuhvaćaju izgradnju potpornog zida na prirodnom dijelu plaže iza Rta Mujela (Karpinjan) u iznosu od 183.877 kn te održavanja i uređenja prirodne plaže u blizini samostana u Dajli u iznosu od 16.123 kn.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	320.000 kn	215.000 kn	216.648 kn

2.2. Manifestacije

I protekle godine je najveći dio sredstava TZ-a utrošen za realizaciju mnogobrojnih manifestacija i projekata u cilju podizanja imidža Novigrada kao grada doživljaja, očuvane tradicije, sporta i kvalitetne gastronomske ponude. Zajedničkom suradnjom TZ-a, gradskih institucija i turističke privrede, realizirano je niz događanja u cilju kreiranja motiva dolaska gostiju tijekom čitave godine. Kalendar događanja usklađen među svim navedenim subjektima tiskan je u obliku brošure i info letaka te se u informativne svrhe dijelio gostima, stanovnicima, agencijama, privatnim iznajmljivačima te smještajnim objektima. Prošle godine održane su slijedeće manifestacije i događanja koje je organizirala i/ili podržala Turistička zajednica:

- 7. Međunarodni nogometni turnir Istria Winter Cup (29.1.-7.2.)
- Maškare – Dječji karneval (25.2.)
- Wellness Moments (10.2.-20.3.)
- Dani školjaka (13.2.-20.3.)
- Dani istarskih šparuga (21.3.-14.5.)
- Uskrs uz glazbu po ulicama Novigrada (16.4.)
- Discover wellnes: Istria Detox days (17.4.-21.5.)
- Novigradski Eko dan (21.-22.4.)
- Šparugafest (28.4.)
- Memorijalni turnir u podvodnom ribolovu „Erik Radin“ (28.-30.4.)
- Prvomajski piknik (1.5.)
- Prvomajska MTB biciklijada (1.5.)
- More na tanjuru (planirano 12.5.-održano 14.5.)
- Istria Wine & Walk – Buje, Brtonigla (20.5.)
- Susret bikera „Pirates party“ (26.-27.5.)
- 4. Novigrad u folkloru (27.5.)

- Dani otvorenih vrata Galerija Agata (29.5.)
- World Challenge Day Novigrad-Cittanova (31.5.)
- Međunarodna jedriličarska regata Transadriatica – Venezia – Novigrad – Venezia (1.-3.6.)
- Večer novigradske kapešante (2.6.)
- Koncert „Jugendblasorchester Neu-Ulm“ (6.6.)
- 14. Međunarodni Slikarski Ex tempore natječaj (10.6.)
- Miss Alpe Adria International (10.6.)
- 5. Mađunarodni Festival Čarobni Novigrad (17.-18.6.)
- Međunarodni dan joge (21.6.)
- Fešta Sv. Ivana Krstitelja u Dajli (23.-24.6.)
- 12. Parkfest – Međunarodni Festival zvuka (24.6.)
- Live@Jazz.Corner (1.7.) – koncert jazz glazbe – Oridano Gypsy jazz band
- Nezaboravne melodije (6.7.) - koncert klasične glazbe – Božidar Brajković (tenor i klavir)
- Istra Folk Fest (7.7.)– nastupi europskih folklornih grupa
- Ples pod zvonikom (8.7.) – plesno-glazbena manifestacija
- Večer uličnih čarobjaka (14.7.)
- Live@Jazz.Corner (15.7.) – koncert jazz i rock glazbe – Part Time Band
- Kreativna čarolija Istre (18.-19.7.) – sajam istarskih proizvoda
- Slovenska noć (22.7.)
- Večer uličnih čarobjaka (28.7.)
- Live@Jazz.Corner (29.7.) – koncert jazz glazbe – Face to Face
- Astro party Lunasa (31.7.-1.8.)
- MFF predstavlja: Novo Kino Novigrad (3.-5.8.) – projekcije filmova sa MFF
- Večer uličnih čarobjaka (11.8.)
- Live@Jazz.Corner (12.8.) – koncert jazz glazbe – Oleg Kireyev & Band
- Talijanska noć – koncert Tribute to Mina & Celentano (14.8.)
- Kreativna čarolija Istre (15.-16.8.) – sajam istarskih proizvoda
- Festival vizualnih umjetnosti Arterija (17.-22.8.)
- Ples pod zvonikom (18.8. – otkazano zbog kiše)
- Sajam „Domaće je najbolje“ (20.-23.8.)
- Večer uličnih čarobjaka (24.8.)
- Fešta Sv. Pelagija (25.8.-28.8.)
- Međunarodna biciklijada „Điro od Čitanove“ (27.8.)
- Live@Jazz.Corner (2.9. – otkazano zbog kiše)
- Sardelafest (8.9.)
- Međunarodni Old timer rally (9.9.)
- „Glazba na svakom kutku“ (21. i 28. 6.; 5.,12. i 26. 7.; 9. i 30. 8.; 6. i 13. 9.)
- Ples pod zvonikom (15.9. – otkazano zbog kiše)
- Wine & Walk by the sea (23.9.)

- 12. Međunarodni fotografski natječaj Foto Ex tempore (28.9.-30.9.)
- Discover wellnes: Istria Relax days (1.10.-5.11.)
- Istria Granfondo (6.-8.10.)
- Istria Granfondo Family & Gourmet Tour (8.10.)
- Istria Youth Cup (11.-15.10.)
- Novigrad-Cittanova Run (14.10.)
- Istria Kickboxing Challenger (14.10.)
- Dani švoja (14.10.-26.11.)
- Dani gljiva (21.-22.10.)
- Humanitarni teniski turnir parova Colours of Tennis (21.-22.10.)
- Dani jabuka (21.10.)
- Novigradska lignjada (25.11.)
- Dani jadranskih lignja (2.12.-7.1.2018.)
- Novigradske božićne radosti (15.-19.12.)
- Goodbye 2017 (31.12.)

Uglavnom su održane sve planirane manifestacije, osim dva nastupa kako je navedeno u popisu.

HTZ-u su za dodjelu bespovratnih sredstava iz programa "Potpore događanjima" u 2017. godini kandidirane 2 sportske manifestacije: *Istria Winter Cup* i *Istria Youth Cup*, sva gastro događanja objedinjena u *Gnam-gnam Fest* te novi event *Wine & Walk by the sea*. Iste su manifestacije kandidirane županijskoj turističkoj zajednici. Od strane HTZ-a odobreno je 10.000 kn za GGF, dok je TZIŽ dodjelila 10.000 kn potpore za *Istria Youth Cup*, 5.000 kn za *Istria Winter Cup* te 3.000 kn za *Gnam-gnam fest*. Za manifestacije je ukupno utrošeno 5% više sredstava negu u 2016. godini te 1% više u odnosu na izmjene plana.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	1.675.361 kn	1.656.286 kn	1.669.247 kn

2.3. Razvoj proizvoda

Sukladno Marketing planu klastera za 2017. godinu kojim su definirane aktivnosti i projekti za razvoj proizvoda nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet, odrađene su i realizirane sve planirane aktivnosti promocije i unapređenja navedenih proizvoda. U okviru zadaća za razvoj proizvoda, realizirane su slijedeće planirane aktivnosti:

- Za daljnji razvoj i promociju **nogometa**, organiziran je 7. po redu *Istria Winter Cup*, iako više ne kao klasterski event obzirom da se utakmice nisu održale u Umagu već u Rovinju. Nadalje, odrađena je foto i video produkcija, definiran je press kit za medije te su ažurirani članci na COI web stranici. U listopadu je održan nogometni turnir *Istria Youth Cup* koji je okupio osam momčadi, dvije više no lani: FC Bayern München, S.L. Benfica Lisabon, Chelsea F.C., GNK Dinamo Zagreb, FC Internazionale Milano, Manchester City F.C., FC Red Bull Salzburg i SK Slavia Prag. Valja naglasiti kako je važnost *Istria Youth Cupa* prepoznao i Hrvatski nogometni savez, koji se pridružio kao jedan od važnih pokrovitelja turnira. *Istria Youth Cup* uvršten je i u

službene natjecateljske kalendare FIFA-e i HNS-a. Novigrad je po četvrti put ugostio i mlade igrače Manchester City-ja koji su ovdje imali pripreme od 17. do 27. srpnja, te je TZ organizirala susret predstavnika navedenog kluba i medijima predstavila važnost ovakvih priprema i suradnje. TZ je financijski podržala i organizirala transfer iz zračne luke Pula do hotela Aminess Maestral gdje je ekipa bila smještena.

Ukupni iznos za razvoj nogometa na nivou klastera iznosio je 252.176 kn, dok udio TZG Novigrada-Cittanova iznosi 47.174 kn (19%).

- Za razvoj **tenisa** je prvi put organiziran Humanitarni tenis turnir parova *Colours Of Tennis* krajem listopada, s ciljem promocije sjeverozapadne Istre kao tenis destinacije te promocije tenis infrastrukture klastera. Sredstva prikupljena tijekom turnira od prodaje kotizacija, fotografiranja s poznatim licima i degustacije lokalnih vina, donirana su Domu Zdravlja i Hitne pomoći u Umagu za potrebe kupnje radiološkog uređaja. Od poznatih ličnosti, na turniru su sudjelovali Dubravko Šimenc (bivši vaterpolist), Berislav Blažević (član Parnog Valjka), Božo Sušec (bivši sportaš i komentator), Miro Ungar (pjevač) te Ivan Belušić (dogradonačelnik), te je objavljen velik broj članaka u medijima. Nadalje, za razvoj tenisa objavljeni su razni članci, odrađena foto i video produkcija, definiran press kit, te je odrađena promocija proizvoda tenis kroz posebno kreirani newsletter krajem svibnja.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj tenisa iznosio je 156.398 kn, dok je udio TZG Novigrada-Cittanova iznosio 4.070 kn (3%).

- Na području **biciklizma**, sudjelovali smo na specijaliziranim sajmovima i prezentacijama: Tempo libero – Bolzano 28.4.-1.5. (sajam); Bike Festival Riva del Garda 28.4.-1.5. (sajam); Granfondo Zagreb 14.5. (prezentacija) te Eurobike - Friedrichshafen 30.8.-2.9. (sajam). Za daljnje pozicioniranje SZ Istre kao bike destinacije, održane su brojne biciklijade i maratoni, među kojima je Istria Granfondo najveća, a financijski su podržani sljedeći event: Brtonigla Adventure Trekk, Trofej Umag i Istarsko proljeće. Tiskani su letci s popisom svih biciklističkih manifestacija, odrađena je foto i video produkcija, ažurirani podaci i tisak Bike Service Card-a te press trip za specijalizirane novinare revije *Bicikel.com*. Klaster je također podržao projekt *Worth It*, mladog biciklista Lea Gamboca iz Umaga, a riječ je o snimanju dokumentarne serije o ekstremnom biciklizmu u Europi koji se odvijao od svibnja do rujna 2017. Uz realizirane aktivnosti za promociju biciklizma, TZG Novigrada-Cittanova sudjelovala je i financijski podržala izradu i postavljanje biciklističke signalizacije na staze, te košnju i kresanje staza na području Novigrada, u suradnji s BK Novigrad. Lani je započeo projekt razvoja jogginga kao novog proizvoda, što se financiralo iz stavke za razvoj biciklizma. U cilju razvoja jogginga, kreirane su jogging staze te mapirane i tiskane jogging mape destinacije SZ Istre i realizirano oglašavanje u Magazinu Trčanje za rujansko izdanje.

Ukupni iznos za razvoj biciklizma na nivou klastera iznosio je 402.098 kn, dok udio TZG Novigrada-Cittanova iznosi 71.811 kn (18%).

- Za razvoj **wellnessa** je realiziran novi projekt: *Discover wellness: Istria Detox Days* (17.4.-21.5.) i *Istria Relax Days* (1.10.-5.11.) kao nove manifestacije s posebnom ponudom wellness paketa, a sve u cilju promocije SZ Istre kao wellness destinacije te rituala na bazi autohtonih proizvoda kao i produženja vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u destinaciji. U ovim wellness danima sudjelovalo je 8 (*Istria Detox Days*), odnosno 6 objekata (*Istria Relax Days*) koji su nudili različite pakete kreirane posebno na temu. Osim

navedenog, realiziran je projekt *Wellness Moments* u veljači i ožujku, klaster je predstavljen na sajmu *Tempo Libero* u Bolzanu, odrađena je foto produkcija te razne objave članaka na temu wellnessa.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj wellnessa iznosio je 183.960 kn, dok je udio TZG Novigrada-Cittanova iznosio 14.675 kn (8%).

- Za razvoj **gourmet** proizvoda, održane su manifestacije *Dani školjaka*, *Dani istarskih šparoga*, *Dani švoja*, te *Dani jadranskih lignji*, zatim *Istria Wine and Walk* te novi event *Wine & Walk by the sea*. Za promociju gastro ponude, održane su prezentacije u Milanu i Beču u travnju, promidžbene kampanje u Zagrebu i Rijeci za vrijeme pred i posezone, foto i video produkcija, press tripovi novinara i blogera, kao i niz promotivnih aktivnosti u cilju objava članaka i reportaža iz destinacije.

Ukupni iznos za razvoj gourmet proizvoda na nivou klastera iznosio je 342.773 kn, dok udio TZG Novigrada-Cittanova iznosi 74.957 kn (22%).

Ukupni budžet za razvoj navedenih proizvoda na nivou klastera iznosio je 1.370.877 kn, dok je udio TZG Novigrada-Cittanova u ukupnom budžetu klastera iznosio 212.687 kn, odnosno 16%.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	231.542 kn	228.516 kn	212.687 kn
• Nogomet	50.061 kn	52.805 kn	47.174 kn
• Tennis	4.692 kn	4.692 kn	4.070 kn
• Bike	86.294 kn	80.524 kn	71.811 kn
• Wellness	15.085 kn	15.085 kn	14.674 kn
• Gourmet	75.410 kn	75.410 kn	74.957 kn

U sklopu razvoja proizvoda na nivou TZG Novigrada-Cittanova, uvršteni su projekti Novigradskog suvenira, potpora za Gallerion, turistički itinerer *Putevima dinosaura*, zatim projekt uređenja pješačkih staza, te Put vinara odnosno *Novigrad-Cittanova Wine Trail*. Prošle godine u manjoj je mjeri realizirana potpora za izradu novigradskih suvenira (1.500 kn), realizirana je potpora za Gallerion – izložba povodom 100. obljetnice od 1. svjetskog rata (12.000 kn) te potpora za *Novigrad-Cittanova Wine Trail* (2.000 kn). Nisu realizirane potpore za projekt *Putevima dinosaura* te projekt pješačkih staza.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	27.000 kn	18.000 kn	15.500 kn

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Komunikacija vrijednosti odnosi se na online komunikacije, odnosno troškove internet stranica i internet oglašavanja, te na offline komunikacije u što su uvršteni troškovi PR aktivnosti, troškovi tiskanja promidžbenih materijala, suveniri i promotivni materijal te info table. U ovu grupu smješteni su i troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama TZIŽ te opće oglašavanje (tisak, tv, radio).

U prošlogodišnjem razdoblju, ukupni troškovi komunikacije vrijednosti veći su za 11% u odnosu na 2016. godinu te 1% veći u odnosu na izmjene plana.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	614.495 kn	584.180 kn	592.874 kn

3.1. Online komunikacije

U ovu stavku uvršteni su troškovi održavanja internet stranica i troškovi internet oglašavanja. Najveći dio troškova odnosi se na **klustersku web stranicu** koja je ostvarila ukupno gotovo 600.000 pregleda, što je 2% manje posjeta u odnosu na prošlu godinu. Do manjeg broja pregleda došlo je zbog uvođenja responsive web-a, odnosno mogućnosti da se sadržaj unosi samo na jednu lokaciju, što je uveliko skratilo vrijeme unosa uredniku. Kvaliteta je zadovoljila sva očekivanja te je ažurirano 140 članaka po SEO standardima.

Od ukupnih posjeta stranici, povećao se broj posjeta s mobilnih telefona i to s prijašnjih 44% na 52%, što znači da je po prvi puta pregled stranica s mobitela nadmašio pregled s računala.

Posjete prema uređajima u 2017. godini:

- Mobile 52,15%
- Desktop 38,74%
- Tablet 9,11%

Pregledano je ukupno 1.193.731 stranica i najposjećenija je stranica bila na engleskom jeziku. Najviše prometa stiglo je organskim putem i to gotovo 65%.

U 2017. godini ukupno je na google oglašavanje utrošeno 50.000 kuna i targetirana su tržišta Slovenije, Italije, Austrije, Hrvatske i Njemačke, dok su tipovi oglasa bile Google kampanje i Display oglasi. Teme oglašavanja bile su promocija destinacije i gradova, promocija manifestacija te CTA na kupnju kotizacija.

U siječnju 2017. godine kreirana je nova stranica „**Kamere uživo**” koja je postavljena pod kategoriju „Destinacije” te ukupno ima 6 kamera raspoređenih u destinacijama Umag, Novigrad i Buje.

Colours of Istria newsletter slala se na mjesečnoj bazi na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku i lani je poslano ukupno 13 newslettera.

Nadalje, u 2017. je objavljeno 60 **blog postova** stalnih i gostujućih blogera, a teme su razvrstane u 4 kategorije (mjesto i zanimljivosti, doživite Istru, gourmet doživljaji i sport u Istri) te je lani zabilježeno 46.863 pageviews-a, 41% više u odnosu na isti period 2016. godine, dok su unique pageviews porasli za gotovo 45% u odnosu na isti period 2016. godine.

Što se društvenih mreža tiče, lani je objavljeno oko 1.450 postova na **društvenim kanalima** Colours of Istria, a najveću zajednicu broji Facebook koji ima više od 100.000 korisnika. Istovremeno, najveći postotni porast broja korisnika bilježi Instagram, s povećanjem od preko 30%, dok je YouTube kanal ostvario rast pretplatnika za 29% (ukupno 126 pretplatnika) te je skočio broj pregleda za +64% zahvaljujući uploadanju video sadržaja u drugoj polovici godine.

Pod utjecajem oglašivačkih aktivnosti koje su tijekom godine provedene u svrhu promocije agregatora, svi parametri su u značajnom porastu te je lani agregator sadržaja privukao više od 5.000 posjeta, 69% više u odnosu na prošlu godinu, dok je zadržavanje na stranici je poraslo za 93% te iznosi gotovo 4 minute.

U listopadu je objavljena nova stranica **Bike e-book** koja sadrži sve bitne informacije za ljubitelje biciklizma, a preveden je i objavljen na tri jezika: hrvatski, engleski i talijanski. Promocija je rađena putem FB kanala i Newslettera.

Što se pak tiče **foto i video produkcije**, u COI-media album ubačeno je 1.737 novih fotografija (manifestacije, gourmet fotografije, fotografije destinacija i dr.) te je kreirano i objavljeno sedam novih video materijala.

Na području **web stranice TZIŽ** istra.hr koja se sufinancira u sklopu Marketing plana, ključne aktivnosti odnosile su se na upravljanje sadržajem stranice. Na nivou Istre, započeo je proces izrade nove

digitalne strategije čiji je cilj postizanje cjelovitog promocijskog, informacijskog, rezervacijskog i prodajnog rješenja Istre kao destinacije.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	145.997 kn	135.698 kn	133.644 kn

3.2. Offline komunikacije

U ovu stavku svršteni su troškovi PR aktivnosti, troškovi tiskanja brošura i ostalih tiskanih materijala, troškovi nabavke suvenira i promo materijala, troškovi signalizacije, troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama TZIŽ te opće oglašavanje.

- U protekloj su godini ažurirani i tiskani sljedeće **brošure i ostali materijali**: Bike mape, Kalendar događanja, Plan grada, mjesečni letak s programom događanja, promo vrećice, posteri te informativni letci za goste i građane. Za potrebe ažuriranja i tiska Image brošure klastera, lani je realiziran trošak za navedeni materijal, dok će se tisak realizirati početkom sljedeće godine. Ukupno je za tisak brošura i ostalih promo materijala utrošeno 52.316 kn.
- Za potrebe otkupa **suvenira i promo materijala** za poslovne partnere utrošeno je 16.410 kn, a nabavile su se promo torbe, notesi, te domaća ulja.
- **Signalizacija** obuhvaća aktivnosti vezane uz održavanje i postavljanje turističke (tzv. smeđe) signalizacije, zatim jumbo table dobrodošlice na prilazima u grad, info table odnosno city lighte te ostala turistička signalizacija – označavanje kulturnih spomenika. U lanjskom razdoblju utrošeno je ukupno 103.804 kn, od čega: 24.484 kn za popravak putokaza na „smeđoj“ signalizaciji koji su u više navrata uništeni zbog nevremena; 48.725 kn za izradu i postavljanje novih vizualnih rješenja na tablama dobrodošlice (10 kom) te za godišnje zakupe površina; 25.189 kn za popravak jednog city lighta te za tisak plakata na city lightima; 5.406 kn za pripremu rješenja novih info tabla kulturnih spomenika.
- Sukladno izmjenama **udruženog oglašavanje** za 2017. godinu, realizacija aktivnosti je provedena putem županijske turističke zajednice, a u financiranju, uz nacionalnu, sudjeluje županijska TZ, lokalne turističke zajednice, hotelske kompanije te Zračna luka Pula s ciljem fokusiranja na ključne tržišne segmente, te s posebnim naglaskom na promociju organiziranih programa izvan glavne sezone. Planirana sredstva za udruženo oglašavanje u 2017. godini iznosila su ukupno 40.000.000 kn (s PDVom) i raspoređena su po modelima I., II. i III. U odnosu na prijašnji koncept modela, 5 postojećih modela sažeto je u 3 nova modela s time da postojeći modeli I, II i IV čine novi model I koji se odnosi na oglašavanja posebnih programa destinacijske promocije s 4 podmodela uključujući i dio koji se odnosi na udruge. Pod **Model I.** spadaju posebni programi destinacijske promocije obalnih županija i Grada Zagreba, te strukovnih udruga u turizmu, a udruženo oglašavanje se odnosi isključivo na ponudu destinacije u predsezoni i posezoni (siječanj-lipanj i rujanj-prosinac). Ukupna planirana sredstva za oglašavanje hrvatskog turizma po ovom modelu iznosila su 23.650.000 kuna (s PDV-om), dok je za 2016. bilo raspoređeno za ovaj model 34 mil kn. **Model II** odnosi se na udruženo oglašavanje organiziranih programa putovanja koje obuhvaća oglašavanje RH kao turističke destinacije koje provodi HTZ u suradnji s organizatorom putovanja s organiziranim autobusnim ili zračnim dolascima u Hrvatsku u njegovim promotivnim kampanjama. Ukupna

planirana sredstva za ovaj model iznosila su 10.500.000 kuna (s PDV-om), dok je za 2016. bilo raspoređeno 14 mil kn. **Model III** odnosi se na posebne programe destinacijske promocije kontinenta (osim Grada Zagreba), a udruženo oglašavanje se odnosi na ponudu destinacije na kontinentu tijekom cijele godine. Za lani je tako predviđeno 5.850.000,00 kuna (s PDV-om) za programe nerazvijenih područja, dok je za 2016. bilo raspoređeno 7 mil kn. Vidljivo je da su planirana sredstva Glavnog ureda HTZ-a za udruženo oglašavanje za 2017. godinu znatno smanjena u odnosu na prijašnje godine što generira konstantno smanjenje visine udruženog oglašavanja. Tako se visina udruženog oglašavanja u Istri konstantno umanjuje što predstavlja značajan problem obzirom da se od 2014. do 2017. kampanja umanjila za 14,8 mil kn, odnosno umanjila se za 44%.

U 2017. godini realizirani su svi troškovi sukladno planu za oglašavanje u promotivnim kampanjama po modelima u ukupnom iznosu od 177.637 kn.

- TZG Novigrada - Cittanova samostalno se oglašava u manjem broju medija u odnosu na protekle godine, obzirom da sve veću pozornost uzima online oglašavanje. U promatranom razdoblju realizirana su gotovo sva planirana oglašavanja u iznosu od 42.745 kn: oglas u brošuri Top Camping Croatia, oglašavanja na postajama Radio Istre i Radio Caprisa (Kopar), sufinanciranje TV reportaže na kanalu Nautical Channel, te oglašavanje manifestacija putem regionalnih televizija, Novigradskog lista te bike reklama za vrijeme sezone.

U odnosu na 2016. godinu, utrošeno je 40% više sredstava za offline komunikacije u najvećoj mjeri zbog većih troškova održavanja turističke signalizacije.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	249.861 kn	228.100 kn	238.840 kn

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

U ovu stavku uvršteni su troškovi sajмова i prezentacija, distribucije promo materijala, nagrade i priznanja, te troškovi studijskih putovanja turističkih agencija i novinara. Turistička zajednica Istarske županije koordinirala je i usuglašavala s Hrvatskom turističkom zajednicom sve sajamske nastupe kao i posebne prezentacije na kojima se osim TZIŽ-a i HTZ-a, predstavljaju i zastupaju i lokalne turističke zajednice, hotelske kompanije te turističke agencije. Istra, pa tako i Novigrad, je svoju turističku ponudu predstavila na sajmu Hamburg Reisen, najveći je sajam u sjevernoj Njemačkoj za turizam, camping i biciklizam, od 8. do 12. veljače. Nadalje, Francuska se pokazala kao jako zanimljivo tržište za Hrvatsku te je stoga TZIŽ sudjelovala na turističkom sajmu u Toulousu, od 24. do 26. veljače 2017., dok je u kolovozu držan nastup na sajmu Caravan Salon u Düsseldorfu.

U stavci sajmovi i prezentacije, realizirani su troškovi za predstavljanja koja su održana u Bolzanu u travnju, potpora za sudjelovanje novigradskih vinara na sajmu Istravino kao i potpora za promociju klastera za vrijeme sajma Oleum Olivarum u Bujama. Lani je u travnju Grad Novigrad sudjelovao na međunarodnom sajmu inovacija, gospodarstva i tehničkog stvaralaštva mladih „Inventum 2017“ kao Grad partner te je TZ također podržala nastup s kupnjom domaćih proizvoda za predstavljanje i promociju destinacije. Nadalje, održana je prezentacija u Veneciji, na dan regate Transadriatica, zatim u Laško za vrijeme najvećeg slovenskog Festivala Pivo in cvetje, dok je početkom studenog Novigrad

bio domaćin studijske grupe iz Vojvodine na kojoj je predstavljen i klaster SZ Istre. U studenom je pak TZ Novigrada sudjelovala na regionalnoj konferenciji EIAT u Novom Sadu na kojoj je direktorica ureda bila panelist na jednoj od rasprava te je učesnicima predstavila suradnju klastera. Ukupni troškovi sajмова i prezentacija iznosili su 27.449 kn što predstavlja 100%-tno povećanje u odnosu na 2016. godinu, dok je realizacija u skladu s izmjenama plana.

Unutar stavke studijskih putovanja, Novigrad je ugostio dio novinara, agenata, influencera i blogera koji su posjetili Istru u sklopu individualnih i nekoliko grupnih studijskih putovanja u organizaciji Turističke zajednice Istarske županije, HTZ-a i klastera SZ Istre. Tako su prošle godine u sklopu projekta *Share Istria* Novigrad posjetili bitni blogeri i influenceri iz raznih krajeva svijeta (SAD, Rusija, Švicarska), zatim agenti u sklopu projekta „Buy Croatia – Nautika,, iz Švedske, Finske, Danske, Francuske, Njemačke, Austrije itd., te ostali agenti i novinari iz nama bližih emitivnih tržišta (Italija, Slovenija, Austrija) za promociju klastera i klusterskih proizvoda.

Za ugošćavanje novinara, agenata te blogera u sklopu projekta *Share Istria* utrošeno je 6.490 kn.

Ukupno je u stavci distribucije i prodaje vrijednosti utrošeno 34.581 kn što je 63% više u odnosu na 2016. godinu te 2% više u odnosu na izmjene plana.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	28.000 kn	34.000 kn	34.581 kn

5. INTERNI MARKETING

Ovi se troškovi odnose na edukaciju, koordinaciju članova TZ-a, te na troškove nagrada i priznanja za najljepše okućnice. U protekloj godini realizirani su troškovi održavanja edukacije za iznajmljivače i druge nositelje smještajne ponude na području Novigrada s iznosom od 4.147 kn, 1.985 kn za koordinacije članova TZ-a, te 9.554 kn za troškove nagrada i priznanja najljepših okućnica i balkona čiju akciju TZ organizira tokom ljetnih mjeseci, uz nadzor i ocijenjivanje stručne komisije.

Ukupni troškovi internog marketinga veći su za 5% u odnosu na 2016. godinu te 3% manji u odnosu na izmjene plana.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	26.500 kn	16.145 kn	15.686 kn

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Stavka marketinške infrastrukture obuhvaća troškove izrade multimedijalnih materijala, troškove istraživanja tržišta, formiranje baze podataka, te troškove za otkup fotografija i video materijala. U protekloj godini realizirani su troškovi za promo spot koji je izrađen krajem 2016. godine a odnosi se na spot za Miss Hrvatske kojim se predstavila na izboru za Miss svijeta u SAD-u s iznosom od 9.744 kn, zatim troškovi postavljanja dvije dodatne web kamere na Porporeli i plaži Karpinjan koje su bile u funkciji do kraja rujna, 4.013 kn za foto produkciju promocije manifestacija te 4.785 za sufinanciranje multimedijske produkcije u suradnji s TZIŽ.

Ukupni troškovi marketinške infrastrukture veći su za 25% u odnosu na prethodnu godinu te su u skladu s izmjenama plana.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	27.643 kn	19.515 kn	19.542 kn

7. POSEBNI PROGRAMI

Sukladno Master planu turizma Istarske županije 2015. - 2025. i Strateškog i operativnog marketinškog plana Istre za razdoblje 2016. - 2020., istarski turizam dobio je smjernice daljnjeg razvoja. Jedna od ključnih aktivnosti je inicijativa vezana za brend Istru te da Istra bude prepoznata i poželjna ciljanim gostima zbog svog načina života, jedinstvenog spoja mediteranske i srednjoeuropske kulture i velikih iskustava u kojima se može uživati tijekom cijele godine. Sve se to može postići zahvaljujući dobroj komunikacijskoj strategiji i snažnoj velikoj ideji - *big idea*. Obzirom da se Velika ideja - Big idea odabrala koncem 2016. godine, tijekom 2017. proveo se proces produkcije i postprodukcije fotografija i filmova, dok u 2018. predstoji implementirati Big idea-u odnosno krovni komunikacijski koncept u sve vidove promocije te na temelju postavki strateških dokumenata i rezultata provedenih istraživanja tržišta izraditi komunikacijsku strategiju brenda.

8. OSTALO

Ovdje su razvrstani troškovi potpore za pomoći i donacije te sponzorstvo Giovannija Cernogorza. Prošle godine utrošeno je 17.735 kn pomoći i donacija za organizaciju natjecanja Streljačkog društva Gusar, za NK Novigrad, Planinarsko društvo Ćićarija - podružnica Buje (potpora za održavanje dio Istarskog planinarskog puta), Osnovnu školu Rivarela (za projekt Igram do smijeha - igralište s igralima), zatim donacija za knjigu "Erikove dubine", donacija za album Vervet novigradskog glazbenika Denisa Makina te ostale manje donacije i sponzorstva.

u odnosu na prethodnu godinu i na plan, realizirano je manje troškova jer je sponzorstvo za Giovannija Cernogorza uplaćeno početkom 2018. godine.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	29.000 kn	25.750 kn	17.735 kn

9. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU

Temeljem Zakona o boravišnoj pristojbi (Narodne novine br. 152/2008) i Odluke Turističkog vijeća TZ-a, Grad Novigrad i Turistička zajednica Grada Novigrada-Cittanova donijeli su 15. prosinca 2016. godine Program korištenja 30% sredstava boravišne pristojbe u 2017. godini. Sukladno tome, sredstva od boravišne pristojbe koja su prenesena Gradu utrošena su u najvećoj mjeri za uređenje parkova i igrališta, za uređenje, održavanje plaža i prilaza u more, čišćenje priobalja, utrošak vode na tuševima, postavljanje i čišćenje kemijskih WC-a te za praćenje kakvoće mora na plažama. U izvještajnom razdoblju utrošeno je 1% više iznosa za transfer boravišne pristojbe gradu u odnosu na godinu ranije te 3% manje u odnosu na izmjene plana.

	PLAN 2017	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	1.098.000 kn	1.098.000 kn	1.069.069 kn

10. ZAKLJUČAK

Turistička zajednica je u protekloj godini realizirala sve planirane aktivnosti sukladno Programu rada za 2017. godinu. Zbog manje realiziranih prihoda od planiranog, na kraju izvještajnog razdoblja iznos pokrivanja manjka iz 2016. godine manji je od izmjene plana, te je umjesto planiranih 135.517 kn viška realiziran višak od 55.158 kn.

Pregled rashoda amortizacije i trošak nabave imovine zasebno je prikazan pri dnu tablice ostvarenja financijskog plana.

Ostvareni rezultat poslovanja prema godišnjem izvješću o radu TZ-a iznosi 55.158 kn viška prihoda nad rashodima te ukupni iznos za pokriće manjka u sljedećem razdoblju iznosi 185.030 kn.

Ostvarenje financijskog plana za 2017. godinu:

- u Kn, bez lipa

RB	PRIMICI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2015.	OSTVARENJE 2016.	PLAN 2017	REBALANS PLANA 2017	OSTVARENJE 2017	RAZLIKA 6 - 5	Indeks 6/3	Indeks 6/5	Udio
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	3.487.823	3.514.876	3.660.000	3.680.000	3.580.231	-99.769	102	97	75%
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	441.491	542.890	535.000	470.000	457.724	-12.276	84	97	10%
3.	PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA NOVIGRADA	405.000	440.000	430.000	430.000	430.000	0	98	100	9%
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	255.394	251.770	356.000	282.377	278.997	-3.380	111	99	6%
4.1.	Prihodi BP - Nautika TZIŽ	204.605	194.343	195.000	180.409	180.409	0	93	100	4%
4.2.	Račun BP - Refundacija HTZ	27.789	16.427	31.000	31.468	31.468	0	192	100	1%
4.3.	Potpore projektima i manifestacijama	10.000	22.500	100.000	28.000	18.000	-10.000	80	64	0%
4.4.	Prihodi od trgovačkih društava	13.000	18.500	30.000	42.500	49.120	6.620	266	116	1%
5.	PRIJENOS PRIHODA PRETHODNE GODINE	505.394	0	0	0	0	0	0	0	0%
6.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI (kamate i naknade šteta od osiguranja)	599	5.956	1.000	24.389	26.344	1.955	442	108	1%
	SVEUKUPNO PRIHODI	5.095.701	4.755.492	4.982.000	4.886.766	4.773.296	-113.470	100	98	100%
RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2015.	OSTVARENJE 31.12.2016.	PLAN 2017	REBALANS PLANA 2017	OSTVARENJE 2017	RAZLIKA 6 - 5	Indeks 6/3	Indeks 6/5	Udio
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	857.042	807.784	814.000	813.622	812.913	-709	101	100	17%
1.	Rashodi za radnike	622.491	592.215	591.000	591.500	596.163	4.663	101	101	13%
1.1.	Izdaci za zaposlene Ureda	455.924	442.907	440.000	440.000	453.952	13.952	102	103	10%
1.2.	Izdaci za zaposlene TIC-a	137.959	133.553	120.000	120.000	110.743	-9.257	83	92	2%
1.3.	Izdaci za zaposlene Lučke ispostave Novigrad	28.608	15.755	31.000	31.500	31.468	-32	200	100	1%
2.	Rashodi ureda	186.489	180.237	176.000	185.529	188.425	2.896	105	102	4%
2.1.	Izdaci za usluge	116.252	116.961	117.000	117.000	120.167	3.167	103	103	3%
2.2.	Materijalni izdaci	21.168	26.448	22.000	26.000	24.106	-1.894	91	93	1%
2.3.	Sitan inventar	3.328	0	2.000	3.207	3.207	0	0	100	0%
2.4.	Nabava imovine	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.5.	Reprezentacije i troškovi sjednica	22.538	13.717	15.000	15.000	13.335	-1.665	97	89	0%
2.6.	Premije osiguranja	13.737	12.813	13.000	12.322	12.322	0	96	100	0%
2.7.	Ostali rashodi	9.465	10.298	7.000	12.000	15.288	3.288	148	127	0%
3.	Rashodi TIC-a	28.129	20.244	25.000	23.893	19.358	-4.535	96	81	0%
3.1.	Izdaci za usluge	12.592	8.322	10.000	8.000	5.667	-2.333	68	71	0%
3.2.	Materijalni izdaci	12.256	7.393	10.000	9.000	7.971	-1.029	108	89	0%
3.3.	Sitan inventar	579	2.345	2.000	3.893	3.693	-200	157	95	0%
3.4.	Nabava imovine	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
3.5.	Ostali rashodi	2.702	2.184	3.000	3.000	2.027	-973	93	68	0%
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	19.933	15.088	22.000	12.700	8.967	-3.733	59	71	0%
4.1.	Turističko vijeće	17.558	12.259	18.500	9.200	6.138	-3.062	50	67	0%
4.2.	Nadzorni odbor	2.375	2.829	3.500	3.500	2.829	-671	100	81	0%
RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2015.	OSTVARENJE 31.12.2016.	PLAN 2017	REBALANS PLANA 2017	OSTVARENJE 2017	RAZLIKA 6 - 5	Indeks 6/3	Indeks 6/5	Udio
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.513.969	2.222.259	2.254.903	2.117.802	2.114.082	-3.720	95	100	45%
1.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	331.271	345.974	320.000	215.000	216.648	1.648	63	101	5%
2.	MANIFESTACIJE	1.884.189	1.590.485	1.675.361	1.656.286	1.669.247	12.961	105	101	35%
2.1.	Zabavne manifestacije	1.178.680	1.103.458	1.072.000	1.097.857	1.115.558	17.701	101	102	24%
	CLUSTER	337.228	260.236	247.000	237.900	237.249	-651	91	100	5%
2.1.1.	Astro party Lunasa	89.930	80.992	70.000	72.600	72.479	-121	89	100	2%
2.1.2.	Parkfest	163.506	113.612	100.000	90.300	90.298	-2	79	100	2%
2.1.3.	Susret bikera	338	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.1.4.	Čarobni Novigrad	62.467	60.000	60.000	60.000	60.000	0	100	100	1%
2.1.5.	Prvi maj u Novigradu	20.989	5.632	17.000	15.000	14.472	-528	257	96	0%
	TZG NOVIGRAD	841.452	843.222	825.000	859.957	878.309	18.352	104	102	19%
2.1.6.	Fešta Sv. Pelagija	450.289	516.451	450.000	430.000	447.955	17.955	87	104	9%
2.1.7.	Fešta Sv. Ivan Krstitelja	36.214	32.032	30.000	31.435	31.435	0	98	100	1%
2.1.8.	Slovenska noć	77.339	73.211	70.000	84.171	85.109	938	116	101	2%
2.1.9.	Glazba na svakom kutku	124.057	107.051	100.000	101.000	100.957	-43	94	100	2%
2.1.10.	Maškare	16.642	36.049	35.000	36.000	36.000	0	100	100	1%
2.1.11.	Večer uličnih čarobnjaka	42.741	33.125	50.000	72.438	72.438	1	219	100	2%
2.1.12.	Novigradske Božićne radosti	13.728	16.594	30.000	30.000	29.501	-499	178	98	1%
2.1.13.	Jazz Corner	8.607	18.771	40.000	38.751	38.751	0	206	100	1%
2.1.14.	Ferragosto Cittanova	0	0	0	36.163	36.163	0	0	100	1%
2.1.15.	Ostale zabavne manifestacije	71.835	9.938	20.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.	Kulturne manifestacije	134.141	81.637	101.000	98.721	97.408	-1.313	119	99	2%
	CLUSTER	39.680	40.638	46.000	44.809	43.496	-1.313	107	97	1%
2.2.1.	Foto Ex tempore	12.125	10.763	15.000	15.000	15.000	0	139	100	0%
2.2.2.	Slikarski Ex tempore i likovna kolonija	22.555	24.439	25.000	24.296	24.296	0	99	100	1%
2.2.3.	MFF: Novo kino Novigrad	5.000	5.436	6.000	5.513	4.200	-1.313	77	76	0%
2.2.4.	Istria Folk Fest	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
	TZG NOVIGRAD	94.460	40.999	55.000	53.912	53.912	0	131	100	1%
2.2.5.	Novigrad u folkloru	15.000	13.500	15.000	14.988	14.988	0	111	100	0%
2.2.6.	Ples pod zvonikom	54.932	21.152	30.000	26.180	26.180	0	124	100	1%
2.2.7.	Ostale kulturne manifestacije (KUD, Agata, koncerti klasične glazbe)	24.529	6.347	10.000	12.744	12.744	0	201	100	0%
2.3.	Sportske manifestacije	116.249	184.738	131.500	155.012	154.307	-705	84	100	3%
	CLUSTER	84.452	161.962	101.500	125.334	124.629	-705	77	99	3%
2.3.1.	Tenis	1.500	0	1.500	0	0	0	0	0	0%
2.3.2.	Nogomet - Istria Winter Cup	30.521	30.586	30.000	30.773	30.084	-689	98	98	1%
2.3.3.	Nogomet - Istria Youth Cup	0	55.110	30.000	58.500	58.484	-16	106	100	1%
2.3.4.	Bike - Istria Granfondo	22.374	6.266	25.000	21.061	21.061	0	336	100	0%
2.3.5.	Novigrad-Cittanova Run	30.057	70.000	15.000	15.000	15.000	0	21	100	0%
2.3.6.	Humanitarni Fitness day Novigrad	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.3.7.	Beer mile	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
	TZG NOVIGRAD	31.798	22.776	30.000	29.678	29.678	0	130	100	1%
2.3.8.	Transadriatica	0	9.850	10.000	10.248	10.248	0	104	100	0%
2.3.9.	Europsko prvenstvo u cheerleadingu i plesu	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.3.10.	Rukometni kamp	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.3.11.	Ostale sportske manifestacije (Kickboxing, Podvodni ribolov, Adv. Trek i dr.)	31.798	12.926	20.000	19.430	19.430	0	150	100	0%
2.4.	Gastro manifestacije	376.222	165.664	280.000	214.252	214.682	430	130	100	5%
	CLUSTER	370.222	165.664	270.000	214.252	214.682	430	130	100	5%
2.4.1.	Gnam-gnam fest	335.377	136.921	210.000	145.000	142.785	-2.215	104	98	3%
2.4.2.	Dani gljiva	14.885	8.743	10.000	10.464	10.372	-92	119	99	0%
2.4.3.	Wine & Walk by the sea	19.961	20.000	50.000	58.788	61.525	2.737	308	105	1%
	TZG NOVIGRAD	6.000	0	10.000	0	0	0	0	0	0%
2.4.4.	Ostale gastro manifestacije	6.000	0	10.000	0	0	0	0	0	0%
2.5.	Ekološke manifestacije	10.827	8.998	10.000	9.820	12.670	2.850	141	129	0%
2.5.1.	Eko-akcije	10.827	8.998	10.000	9.820	12.670	2.850	141	129	0%
2.6.	Ostale manifestacije (Uskrs uz glazbu, ljetni nastupi)	14.503	10.537	15.000	14.957	14.957	0	142	100	0%
2.7.	Potpore manifestacijama i projektima	53.566	35.453	65.861	65.667	59.665	-6.002	168	91	1%
2.7.1.	Muzej Lapidarium - Arterija	20.000	15.000	15.000	15.000	15.000	0	100	100	0%
2.7.2.	Novigrad Card	14.522	4.187	5.000	0	0	0	0	0	0%
2.7.3.	Iskorak iz tišine	0	0	10.000	10.000	10.000	0	0	100	0%
2.7.4.	Ostalo (World Challenge Day, Joga day, izložbe)	19.044	16.266	20.000	21.486	15.484	-6.002	95	72	0%
2.7.5.	TZIŽ-5 PPS Experiences	0	0	15.861	19.181	19.181	0	0	100	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2015.	OSTVARENJE 31.12.2016.	PLAN 2017	REBALANS PLANA 2017	OSTVARENJE 2017	RAZLIKA 6 - 5	Indeks 6/3	Indeks 6/5	Udio
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.	RAZVOJ PROIZVODA	298.509	285.800	258.542	246.516	228.187	-18.329	80	93	5%
	CLUSTER	232.678	242.112	231.542	228.516	212.687	-15.829	88	93	5%
3.1.	Nogomet	39.082	49.951	50.061	52.805	47.174	-5.631	94	89	1%
3.2.	Tenis	6.993	7.016	4.692	4.692	4.070	-622	58	87	0%
3.3.	Bike	88.750	105.270	86.294	80.524	71.811	-8.713	68	89	2%
3.3.1.	Bike proizvod	58.365	53.890	56.294	56.294	54.581	-1.713	101	97	1%
3.3.2.	Bike signalizacija i održavanje	30.385	51.380	30.000	24.230	17.230	-7.000	34	71	0%
3.4.	Wellness	19.572	13.834	15.085	15.085	14.675	-410	106	97	0%
3.5.	Gourmet	78.281	66.041	75.410	75.410	74.957	-453	114	99	2%
3.6.	Outdoor	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
	TZG NOVIGRAD	65.832	43.688	27.000	18.000	15.500	-2.500	35	86	0%
3.7.	Novigradski suveniri	11.942	3.688	10.000	4.000	1.500	-2.500	41	38	0%
3.8.	Museum shop;info,culture store &more..	30.000	30.000	0	0	0	0	0	0	0%
3.9.	Gallerion	15.000	10.000	10.000	12.000	12.000	0	120	100	0%
3.10.	Turistički itinereri: Dinosauri			4.000	0	0	0	0	0	0%
3.11.	Pješačke staze	5.000	0	3.000	0	0	0	0	0	0%
3.12.	Put vinara - Wine Trail	3.890	0	0	2.000	2.000	0	0	100	0%
4.	POTPORA RAZVOJU DMK-a	0	0	1.000	0	0	0	0	0	0%
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	658.405	533.188	614.495	584.180	592.874	8.694	111	101	13%
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	132.806	116.915	145.997	135.698	133.644	-2.054	114	98	3%
1.1.	Internet stranice i upravljanje internet stranicama	118.262	116.915	125.997	122.965	121.953	-1.012	104	99	3%
1.1.1.	Web portal Novigrad	5.976	2.735	7.000	3.968	3.968	0	145	100	0%
1.1.3.	Web klastera	96.489	97.736	97.850	97.850	96.838	-1.012	99	99	2%
1.1.4.	Web TZIŽ	15.797	16.444	21.147	21.147	21.147	0	129	100	0%
1.2.	Internet oglašavanje	14.544	0	20.000	12.733	11.691	-1.042	0	92	0%
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	239.489	170.169	249.861	228.100	238.848	10.748	140	105	5%
2.1.	PR aktivnosti	17.715	22.838	15.574	12.035	12.035	0	53	100	0%
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	152.153	110.189	140.287	99.003	106.599	7.596	97	108	2%
	CLUSTER	67.130	67.848	85.000	44.640	52.316	7.676	77	117	1%
2.2.1.	Image katalog	1.962	0	25.000	20.000	27.675	7.675	0	138	1%
2.2.2.	Gourmet vodič	27.279	0	25.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.3.	Bike vodič i mape	12.035	40.519	8.000	11.993	11.993	1	30	100	0%
2.2.4.	Kalendar događanja	24.554	27.329	15.000	9.498	9.498	0	35	100	0%
2.2.5.	Mape i vrećice	1.299	0	5.000	3.150	3.150	0	0	100	0%
2.2.6.	Mape pješačkih staza			7.000	0	0	0	0	0	0%
	TZG NOVIGRAD	77.125	36.860	50.000	49.076	49.076	1	133	100	1%
2.2.7.	Image katalog	38.125	0	10.000	12.675	12.675	0	0	100	0%
2.2.8.	Plan grada / Kulturni vodič	25.875	25.700	25.000	20.125	20.125	0	78	100	0%
2.2.9.	Letak i plakati mjesečnih programa	2.188	0	3.000	3.263	3.263	1	0	100	0%
2.2.10.	Mape i vrećice	7.188	0	6.000	6.000	6.000	0	0	100	0%
2.2.11.	Poster	2.188	0	3.000	4.500	4.500	0	0	100	0%
2.2.12.	Razno (e-visitor letci, LU i dr.)	1.562	11.160	3.000	2.513	2.513	0	23	100	0%
	TZIŽ	7.898	5.481	5.287	5.287	5.207	-80	95	98	0%
2.2.13.	Enjoylstra	6.582	5.481	5.287	5.287	5.207	-80	95	98	0%
2.2.14.	Vacation planner	1.316	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.3.	Suveniri i promo materijali	13.690	9.129	14.000	16.410	16.410	0	180	100	0%
2.3.1.	Suveniri i pokloni poslovnim partnerima	13.190	9.129	10.000	12.491	12.491	0	137	100	0%
2.3.2.	Ostali tiskani materijali (monografija, i dr.)	500	0	4.000	3.919	3.919	0	0	100	0%
2.4.	Signalizacija	55.932	28.013	80.000	100.652	103.804	3.152	371	103	2%
2.4.1.	Smeđa signalizacija	11.138	11.388	10.000	24.484	24.484	0	215	100	1%
2.4.2.	Table dobrodošlice	36.841	12.258	45.000	48.723	48.725	2	397	100	1%
2.4.3.	City Lights - info table	7.953	2.588	10.000	22.039	25.189	3.150	973	114	1%
2.4.4.	Ostalo (kulturni spomenici)	0	1.779	15.000	5.406	5.406	0	304	100	0%
3.	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	202.728	179.516	177.637	177.637	177.637	0	99	100	4%
3.1.	Model I. - Promocija smještajne ponude - Model 1a	78.984	42.481	71.901	8.804	8.804	0	21	100	0%
3.2.	Model II. - Opća promocija destinacije Model 1c	61.872	68.069	93.048	63.097	63.097	0	93	100	1%
3.3.	Model IV. - Oglaš. putem avio-prijev., TO, TA - Model 1d	61.872	68.966	12.688	93.048	93.048	0	135	100	2%
3.4.	Avioprijevoznici			0	12.688	12.688	0	0	100	0%
3.5.	Destinacijski razvojni projekti	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
4.	OPĆE OGLAŠAVANJE (tisak, TV, radio)	83.382	66.588	41.000	42.745	42.745	0	64	100	1%
4.1.	Samostalno oglašavanje	62.025	57.161	30.000	32.920	32.920	0	58	100	1%
4.2.	Klaster oglašavanje	11.900	5.000	6.000	4.875	4.875	0	98	100	0%
4.3.	Ostalo	9.457	4.427	5.000	4.950	4.950	0	112	100	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2015.	OSTVARENJE 31.12.2016.	PLAN 2017	REBALANS PLANA 2017	OSTVARENJE 2017	RAZLIKA 6 - 5	Indeks 6/3	Indeks 6/5	Udio
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	37.677	21.244	28.000	34.000	34.581	581	163	102	1%
1.	SAJMOVI I PREZENTACIJE	24.931	13.698	20.000	27.500	27.449	-51	200	100	1%
2.	DISTRIBUCIJA PROMO MATERIJALA	1.126	500	1.000	0	642	642	128	0	0%
3.	STUDIJSKA PUTOVANJA	11.621	7.046	7.000	6.500	6.490	-10	92	100	0%
3.1.	Agencije	2.123	1.986	2.000	2.000	2.039	39	103	102	0%
3.2.	Novinari	9.498	5.060	5.000	4.500	4.451	-49	88	99	0%
V.	INTERNI MARKETING	29.432	14.938	26.500	16.145	15.686	-459	105	97	0%
1.	EDUKACIJA I BENCHMARKING	14.770	2.625	3.000	4.147	4.147	0	158	100	0%
2.	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	3.775	1.994	2.000	2.000	1.985	-15	100	99	0%
3.	NAGRADE I PRIZNANJA	9.508	10.319	10.000	9.998	9.554	-444	93	96	0%
3.1.	Najljepše okućnice	8.000	8.648	8.000	8.198	8.198	0	95	100	0%
3.2.	Ostalo	1.508	1.671	2.000	1.800	1.356	-444	81	75	0%
4.	PLAVI CVIJET/Turistički cvijet	1.380	0	1.500	0	0	0	0	0	0%
5.	STUDIJA RAZVOJA TURIZMA U NOVIGRADU	0	0	10.000	0	0	0	0	0	0%
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	59.210	15.609	27.643	19.515	19.542	27	125	100	0%
1.	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	13.225	890	10.000	9.744	9.744	0	1.095	100	0%
1.1.	Duplikacija DVD - promotivni film	8.225	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.2.	Izrada promidžbenog filma	5.000	890	10.000	9.744	9.744	0	1.095	100	0%
2.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	14.459	4.465	3.000	2.115	0	-2.115	0	0	0%
3.	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	8.081	0	1.000	0	0	0	0	0	0%
4.	WEB KAMERA	0	0	1.000	1.000	1.000	0	0	100	0%
5.	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	23.445	10.254	12.643	6.656	8.798	2.142	86	132	0%
5.1.	TZG Novigrad	22.129	10.254	10.000	4.013	4.013	0	39	100	0%
5.2.	Klaster	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
5.3.	TZIŽ	1.316	0	2.643	2.643	4.785	2.142	0	181	0%
VII.	POSEBNI PROGRAMI	7.899	10.640	2.643	12.235	12.235	0	115	100	0%
1.	Master Plan/Istra Brand Audit/Big Idea	7.899	10.640	2.643	12.235	12.235	0	115	100	0%
VIII.	OSTALO	28.275	30.663	29.000	25.750	17.735	-8.015	58	69	0%
1.	Državni inspektorat	0	0	1.000	0	0	0	0	0	0%
2.	Pomoći i donacije	18.275	20.663	18.000	15.750	17.735	1.985	86	113	0%
3.	Sponzorstvo Giovanni Cernogoraz	10.000	10.000	10.000	10.000	0	-10.000	0	0	0%
IX.	TROŠKOVI KREDITA	9.935	0	0	0	0	0	0	0	0%
X	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.046.497	1.054.703	1.098.000	1.098.000	1.069.069	-28.931	101	97	23%
	Amortizacija	0	33.532	30.000	30.000	29.421	-579	88	98	1%
	SVEUKUPNO RASHODI	5.248.341	4.744.560	4.925.184	4.751.249	4.718.138	-33.110	99	99	100%
	Nabava imovine	10.897	0	10.000	8.750	8.750	0	0	100	0%
	SVEUKUPNO IZDACI	5.259.238	4.711.028	4.905.184	4.729.999	4.697.467	-32.531	100	99	100%
	SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE	-251.120	10.933	56.816	135.517	55.158	-80.360	505	41	1%
	POKRIVANJE MANJKA U 2017. I 2018. GODINI / PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU		-240.188	-183.372	-47.854	-185.030	-137.176	77	387	-4%