

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA NOVIGRADA – CITTANOVA

**Izvešće o radu i finansijsko izvješće
Turističkog ureda
Turističke zajednice Grada Novigrada - Cittanova
za 2018. godinu**

Novigrad, ožujak 2019.

1. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET U 2018. GODINI

U 2018. godini Novigrad je posjetilo 223.708 turista koji su ostvarili 1.310.183 noćenja. Uspoređujući sa rezultatima iz 2017. godine, u 2018. godini ostvareno je približno isti broj dolazaka turista te 3% više noćenja.

Tabela 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja za 2018. i 2017. godinu

Tip smještaja	Dolasci 2018	Dolasci 2017	Indeks	Noćenja 2018	Noćenja 2017	Indeks
Strani gosti	215.655	214.340	101	1.269.677	1.234.872	103
Domaći gosti	8.053	8.404	96	40.506	36.431	111
Ukupno	223.708	222.744	100	1.310.183	1.271.303	103

Hrvatsku je prošle godine posjetilo 19,7 milijuna turista koji su realizirali rekordnih 106 milijuna noćenja što predstavlja povećanje od 7% u dolascima te 4% više noćenja. Od ukupnog broja gostiju, 11% čine domaći gosti kojih je lani bilo 2,2 milijuna, a ostvarili su 12,8 milijuna noćenja.

Istru je prošle godine posjetilo 4.455.437 turista koji su ostvarili 28.440.397 noćenja, što znači da je broj dolazaka povećan za 5% a noćenja za 3% od prošlogodišnjeg. U ukupnom turističkom prometu Istre, Novigrad učestvuje sa 5,02% dolazaka i 4,62% noćenja.

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

Država	Noćenja 2018.	Udio %	Noćenja 2017.	Udio%	Indeks
Slovenija	405.814	30,97%	394.924	31,06%	103
Njemačka	315.603	24,09%	308.558	24,27%	102
Austrija	221.983	16,94%	214.696	16,89%	103
Italija	72.100	5,50%	70.686	5,56%	102
Nizozemska	47.834	3,65%	43.341	3,41%	110
Hrvatska	40.506	3,09%	36.431	2,87%	111
Češka	39.493	3,01%	39.905	3,14%	99
Poljska	24.236	1,85%	22.825	1,80%	106
Švicarska	20.480	1,56%	20.847	1,64%	98
Slovačka	19.077	1,46%	21.187	1,67%	90

Iz tablice je vidljivo da je ostvaren rast prometa kod gotovo svih najznačajnijih tržišta, dok je kod gostiju iz Češke, Slovačke i Švicarske realiziran pad broja noćenja u odnosu na lani. Najveći porast ostvaren je kod gostiju iz Nizozemske (+10%) te kod domaćih gostiju (+11%).

S prvih pet tržišta pokriveno je čak 82% udjela ukupnog turističkog prometa Novigrada.

Tabela 3. Usporedni prikaz ostvarenih noćenja prema vrsti smještaja

Vrsta smještaja	Dolasci	Index	Noćenja	Index	Udio %	Broj kreveta	Indeks
Kampovi	87.690	97	490.065	96	37	5.907	100
Hoteli	58.283	100	238.208	100	18	1.031	100
Privatni smještaj	32.184	104	219.541	110	17	3.054	109
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	25.501	96	151.517	93	12	3.187	92
Mali i obiteljski hoteli	6.559	104	17.553	100	1	140	100
Pansioni	3.323	134	11.756	127	1	117	100
Nekomercijalni smještaj	10.168	106	181.543	137	14	7.627	111
Sveukupno	223.708	100	1.310.183	103	100	20.322	104

Pogledamo li realizaciju po vrsti smještaja, gotovo svi imaju pozitivne indexe, a najveći postotni porast od 37% 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.

Sljedeća skupina smještaja s najvećim postotnim porastom jesu pansioni sa 27% više noćenja, zatim privatni smještaj s indexom povećanja od 10%, dok su veliki te mali i obiteljski hoteli zadržali isti promet kao i 2017. godine. U skupini ostali ugostiteljski objekti za smještaj (turistička naselja s bungalovima i apartmanima te pravne osobe za najam soba i apartmana), zabilježen je pad broja noćenja od 8% zbog smanjenja kategoriziranih kapaciteta u naselju Pineta (Tivoli Turist d.o.o. – Oaza mira), dok su kampovi realizirali pad od 4%.

Ukupan broj smještajnog kapaciteta povećan je za 4%, te je lani na području Novigrada registrirano 13.436 komercijalnih kreveta, te 7.627 kreveta u nekomercijalnom smještaju. Najveće povećanje kapaciteta zabilježeno je upravo u nekomercijalnom smještaju i to za 11%, te u privatnom smještaju za 9% više kreveta.

Tabela 4. Pregled dolazaka i noćenja po mjesecima

Mjesec	Dolasci 2018	Dolasci 2017	Indeks	Noćenja 2018	Noćenja 2017	Indeks
siječanj	947	914	104	3.887	3.357	116
veljača	3.093	3.532	88	9.671	9.736	99
ožujak	8.523	7.576	113	27.454	22.423	122
travanj	15.565	16.483	94	52.499	54.342	97

svibanj	20.386	15.587	131	75.662	56.548	134
lipanj	35.127	38.287	92	179.294	187.362	96
srpanj	50.537	53.845	94	370.469	371.226	100
kolovoz	48.030	49.885	96	385.127	383.400	100
rujan	25.556	21.928	117	148.668	131.237	113
listopad	11.348	10.851	105	43.444	39.221	111
studeni	2.921	2.340	125	9.632	8.853	109
prosinac	1.675	1.516	110	4.376	3.598	122
Ukupno	223.708	222.744	100	1.310.183	1.271.303	103

Iz tablice je vidljiv porast gostiju u gotovo svim mjesecima, osim u veljači, travnju i lipnju. Najveći rast broja gostiju zabilježen je u rekordnom svibnju s porastom turističkog prometa za 34%, te u rujnu za 13% u odnosu na 2017. godinu.

Novigrad je i protekle godine bio odredište velikog broja gostiju, te je uz rekordan turistički promet za vrijeme pred i posezone, zabilježen i solidan turistički promet za vrijeme ljetnih mjeseci. 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.

II. OSTVARENI PRIHODI U 2018. GODINI

Turistička zajednica Grada Novigrada-Cittanova je u 2018. godini ostvarila najveći do sada zabilježen prihod u ukupnom iznosu od 5.380.723 kn što predstavlja rast prihoda od 13% u odnosu na 2017. godinu. Ukupno ostvareni prihodi u 2018. godini manji su za 1% u odnosu na rebalans plana, odnosno realizirano je 62.277 kn manje prihoda. Na smanjenje ukupnih prihoda u odnosu na rebalans plana najviše je utjecalo smanjenje priljeva sredstava od boravišne pristojbe za 40.000 kn (-1%), zbog neuplaćenih dugovanja do kraja veljače, te manje realiziranih prihoda sponzorstva od strane trgovačkih društava (-18.309 kn).

Prihodi od boravišne pristojbe čine 74% ukupnih prihoda te je lani uplaćen rekordan iznos od 3.969.990 kn, odnosno gotovo 390.000 kn više nego godinu ranije, zbog povećanja iznosa boravišne pristojbe. U odnosu na rebalans plana, uplaćeno je 1% manje. Prihodi od turističke članarine veći su za 45.000 kn (+10%) u odnosu na 2017. god., te za 7% veći od rebalansa plana, s udjelom od 9% u ukupnim prihodima. Iz Proračuna Grada Novigrada uplaćeno je ukupno 480.100 kn za realizaciju manifestacija *Maškare*, *Slikarski ex-tempore*, *Sv. Ivan Krstitelj*, *Parkfest*, *Novo Kino Novigrad*, *Fešta Sv. Pelagija* i *Istria Youth Cup*, što je 12% više nego 2017. god. te čini 9% ukupnih prihoda. U odnosu na rebalans, uplaćeno je 4% manje sredstava. Ostvareni prihodi od drugih aktivnosti veći su za 52% od 2017. god. zbog više uplaćenih sredstava boravišne pristojbe od nautičkog turizma, s obzirom da je iznos paušala BP vlasnika plovila drastično povećan. Sukladno Pravilniku o naplati boravišne pristojbe, u Lučkoj kapetaniji ispostava Novigrad, do kraja godine naplaćeno je ukupno 2.936.110 kn boravišne pristojbe od nautičara što je dvostruko više od godine ranije te je izdano 5% više potvrda o plaćenju BP. U odnosu na rebalans, prihodi od drugih aktivnosti manji su za 7% zbog manje realiziranih potpora za

manifestacije (-12.700 kn) i sponzorstva od strane trgovačkih društva (-18.309 kn). U prošloj je godini uplaćeno ukupno 52.500 kn za potpore manifestacijama i to 10.000 kn od strane HTZ-a za manifestaciju Gnam-gnam Fest, 20.000 kn od strane TZIŽ od čega 10.000 kn za GGF i 10.000 kn za Istria Youth Cup, te 22.500 kn od Grada Buzeta za realizaciju međunarodnog nogometnog turnira Istria Youth Cup. Ukupno je od sponzorstva trgovačkih društava uplaćeno 11.691 kn za manifestacije GGF i Slikarski ex tempore, dok je izostalo sponzorstvo za nogometni turnir IYC. Zbog odstupanja u financijskom planu u odnosu na plan, krajem godine je Turistička zajednica Grada Novigrada-Cittanova izradila izmjene i dopune financijskog plana za 2018. godinu čime su izmjenjene određene stavke pripadajućeg financijskog plana sukladno očekivanom ostvarenju.

Tabela 4. Usporedni prikaz ostvarenih prihoda od 2016. do 2018. godine

PRIMICI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2016.	OSTVARENJE 2017.	PLAN 2018	REBALANS PLANA 2018	OSTVARENJE 2018.	RAZLIKA 6 - 5	Indeks 6/3	Ind 6/5	Udio %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	3.514.876	3.580.231	4.150.000	4.010.000	3.969.990	-40.010	111	99	74%
PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	542.890	457.724	460.000	470.000	502.978	32.978	110	107	9%
PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA	440.000	430.000	430.000	500.000	480.100	-19.900	112	96	9%
PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	251.770	278.997	321.000	454.691	423.682	-31.009	152	93	8%
Prihodi BP - Nautika TZIŽ	194.343	180.409	210.000	305.366	305.366	0	169	100	6%
Račun BP - Refundacija HTZ	16.427	31.468	31.000	54.125	54.125	0	172	100	1%
Potpore projektima i manifestacijama	22.500	18.000	50.000	65.200	52.500	-12.700	292	81	1%
Prihodi od trgovačkih društava	18.500	49.120	30.000	30.000	11.691	-18.309	24	39	0%
OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	5.956	26.344	1.000	8.309	3.973	-4.336	15	48	0%
SVEUKUPNO PRIHODI	4.755.492	4.773.296	5.362.000	5.443.000	5.380.722	-62.277	113	99	100%

Detaljnija struktura prihoda i rashoda po pojedinim stavkama, sastavni je dio financijskog izvješća Turističke zajednice Grada Novigrada za 2018. godinu i nalazi se pri kraju ovog izvješća.

III. OSTVARENI RASHODI U 2018. GODINI

Turistička zajednica Grada Novigrada - Cittanova je u 2018. godini ukupno realizirala 5.234.386 kn rashoda što je 11% više od 2017. godine. Ukupno ostvareni rashodi odnosno izdaci u 2018. imaju odstupanje od 1% u odnosu na rebalans plana te je u konačnici realizirano 70.020 kn manje ukupnih rashoda u odnosu na rebalans plana, što je dovelo do nešto većeg iznosa viška prihoda nad rashodima u iznosu od 146.338 kn umjesto planiranih 138.595 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, odnosno 2,38 milijuna kuna (45% ukupnih rashoda). Sljedeća po redu stavka je transfer u proračun Grada od 1.2 milijuna kuna (23% ukupnih rashoda), zatim administrativni rashodi u iznosu od 894.635 kn (17% ukupnih rashoda). Slijede troškovi komunikacije vrijednosti s ostvarenih 592.329 kn koji čine 11% ukupnih rashoda, zatim troškovi

internog marketinga odnosno troškovi edukacija, nagrada i priznanja za najuređenije okućnice te troškovi analize razvoja turizma u Novigradu u iznosu od 46.461 kn, troškovi marketinške infrastrukture s utrošenih 42.387 kn (1%), troškovi distribucije i prodaje vrijednosti koji se odnose na sajmove, prezentacije te ugošćavanje novinara i agenata s realiziranih 40.030 kn rashoda (1%), ostali rashodi za pomoći, donacije i sponzorstva u iznosu od 31.528 kn (1%), te troškovi za posebne programe, odnosno sufinanciranje projekta izrade strateških dokumenata za privatni smještaj od strane TZIŽ sa 5.231 kn.

Od pojedinačno ostvarenih troškova prema Financijskom planu za 2018. godinu, najveći udio utrošen je za realizaciju mnogobrojnih manifestacija, odnosno 1.816.585 kn što u ukupnim rashodima čini 35%, slijede rashodi za radnike u iznosu od 658.825 kn (13% ukupnih rashoda). Zatim troškovi poticanja i sudjelovanja u uređenju grada odnosno sufinanciranje uređenja gradskih plaža i projekta suzbijanja populacije galebova s ukupno utrošenih 310.000 kn (6%), slijede troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama čije se aktivnosti ostvaruju u suradnji s TZIŽ-om u iznosu od 281.905 kn (5% ukupnih rashoda), troškovi razvoja proizvoda koji iznose 253.835 kn i čine 5% ukupnih izdataka, te rashodi ureda u iznosu od 186.790 kn. Sljedeći su troškovi online komunikacije ili upravljanje internet stranicama s udjelom od 3% (132.365 kn), troškovi za tisak brošura i ostalih tiskanih materijala – 62.442 kn (1%), slijede troškovi općeg oglašavanja s iznosom 37.968 kn (1%), troškovi signalizacije u iznosu od 26.281 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 Izješća, 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. U kolovozu je zaposlena još jedna sezonska djelatnica za ispomoć u realizaciji mnogobrojnih manifestacija.

U Lučkoj kapetaniji – ispostava Novigrad, zaposlena je jedna sezonska djelatnica početkom travnja, te još jedna sezonska djelatnica početkom lipnja.

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, otkup 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:

Turističko vijeće, Nadzorni odbor i Skupština TZG Novigrada-Cittanova održali su sjednice na kojima su razmatrani i usvojeni Godišnji izvješćaj o radu te financijski izvješćaji TZ-a za 2017. godinu, kao i program manifestacija za 2018. godinu. Osim toga, krajem svibnja je održana izborna sjednica Skupštine na kojoj su imenovani novi članovi Tijela TZ-a.

Ukupno je u izvještajnom razdoblju realizirano 6% više rashoda u odnosu na godinu prije u najvećoj mjeri zbog povećanja izdataka za sezonske djelatnike te 2% manje rashoda u odnosu na izmjene plana.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	874.000 kn	915.584 kn	894.635 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 veći su za 13% u odnosu na 2017. god., zbog više realiziranih troškova manifestacija, te za 1% manji u odnosu na rebalans plana.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	2.241.381	2.394.773 kn	2.381.420 kn

2.1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

U aktivnostima za poticanje i sudjelovanje u uređenju grada, realizirani su troškovi participacije u uređenju gradskih plaža te troškovi participacije u projektu kontrole i suzbijanja populacije galeba klaukavca.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
Utrošena sredstva	320.000 kn	310.000 kn	310.000 kn

2.2. Manifestacije

I protekle je godine najveći dio sredstava TZ-a bio namijenjen manifestacijama i priredbama 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 je sa svim navedenim subjektima i tiskan u obliku brošure i info letaka u svrhu informiranja gostiju, građana, turističkih agencija, privatnih iznajmljivača te smještajnih objekata. Do kraja rujna održane su slijedeće manifestacije i događanja koje je organizirala ili podržala Turistička zajednica:

- 8. Međunarodni nogometni turnir Istria Winter Cup (29.1.-4.2.)
- Maškare – Dječji karneval (10.2.)
- Wellness Moments (9.2.-11.3.)
- Dani školjaka (14.2.-20.3.)
- Dani istarskih šparuga (21.3.-13.5.)
- Uskrs uz glazbu po ulicama Novigrada (1.4.)
- Handball Week (rukometni kamp 3.-7.4.)
- Discover wellnes: Istria Detox days (13.4.-13.5.)
- Sweet Wine & Walk (14.4.)

- Novigradski Eko dan (20.-21.4.)
- Humanitarni Fitness day Novigrad (28.4.)
- Šparugafest (29.4.)
- Prvomajski piknik (1.5.)
- Prvomajska MTB biciklijada (1.5.)
- Memorijalni turnir u podvodnom ribolovu „Erik Radin“ (18.-20.5.)
- Istria Wine & Walk – Buje, Brtonigla (19.5.)
- More na tanjuru (20.5.)
- Susret bikera „Pirates party“ (25.-26.5.)
- Black Belt Cup – karate natjecanje (25.-27.5.)
- 4. Novigrad u folkloru (26.5.)
- World Challenge Day Novigrad-Cittanova (30.5.)
- Međunarodna jedriličarska regata Transadriatica – Venezia – Novigrad – Venezia (31.5.-2.6.)
- Večer novigradske kapešante (1.6.)
- 1. Likovna kolonija (7.-8.6.)
- 15. Međunarodni Slikarski Ex tempore natječaj (9.6.)
- 5. Međunarodni Festival Čarobni Novigrad (16.-17.6.)
- Međunarodni dan joge (17.6.)
- High School Big Bend Norbetusgymnasium (19.6.)
- Glazba na svakom kutku (20.6.)
- Fešta Sv. Ivana Krstitelja u Dajli (23.-24.6.)
- Istria Folk Fest (23.6.) - nastupi europskih folklornih grupa
- 13. Parkfest – Međunarodni Festival zvuka (30.6.)
- Live@Jazz.Corner (7.7.) – koncert jazz glazbe – Musicitta'
- Večer uličnih čarobjaka (13.7.)
- Kreativna čarolija Istre (16.-17.7.) – sajam istarskih proizvoda i suvenira
- Slovenska noć (21.7.)
- Che gusto – eno-gastronomska manifestacija (26.7.)
- Večer uličnih čarobjaka (27.7.)
- Live@Jazz.Corner (28.7.) – Generacija XXL
- Manchester City Academy - susret i zajednički trening s novigradskom djecom (28.7.)
- Astro party Lunasa (31.7.-1.8.)
- MFF predstavlja: Novo Kino Novigrad (3.-5.8.) – projekcije filmova sa MFF
- Kreativna čarolija Istre (15.-16.8.) – sajam istarskih proizvoda i suvenira
- Večer uličnih čarobjaka (10.8.)
- Live@Jazz.Corner (11.8.) – Zucchero tribute acoustic band
- Folklorna večer – nastup KUD LOLA Sarajevo (11.8.)
- Ferragosto a Cittanova – koncert Tribute to Vasco Rossi (planirano 14.8.-održano 8.9.)
- Večer uličnih čarobjaka (17.8.)

- Festival vizualnih umjetnosti Arterija (17.-22.8.)
- Sajam „Domaće je najbolje“ (20.-23.8.)
- Fešta Sv. Pelagija (23.8.-28.8. – zbog lošeg vremena glazbeni program prebačen na 27. i 28.8.)
- Orkestar mladih SO-DO el sistema Hrvatska (28.8.)
- Međunarodna biciklijada „Điro od Čitanove“ (planirano 26.8.-održano 9.9.)
- Sardelafest (7.9.)
- Live@Jazz.Corner (15.9.) – Febra
- Međunarodni Old timer rally (9.9.)
- Uz navedeno, održani su i manji nastupi po ulicama grada „Glazba na svakom kutku“ (20. i 27.6., 4.,11., 18. i 25. 7.; 8., 15. i 29. 8.; te 5. i 12. 9.)
- Wine & Walk by the sea (22.9.)
- Foto ex-tempore (4.-6.10.)
- Novigrad-Cittanova Run (6.10.)
- Istria Granfondo Family & Gourmet Tour (7.10.)
- Državno prvenstvo u podvodnom ribolovu (12.-13.10.)
- Dani švoja (12.10.-18.11.)
- Istria Youth Cup (16.-20.10.)
- Jesenski festival uz Dane gljiva i Dane jabuka (20.-21.10.)
- Istria Kickboxing Challenger (20.10.)
- Novigradska lignjada (25.11.)
- Novigradske božićne radosti (13.-15.12.)
- Goodbye 2018 (31.12.)

Održane su uglavnom sve planirane manifestacije u organizaciji TZ-a. Zbog kiše nisu održane Istria Granfondo Family & Gourmet tour i posljednje izdanje Gnam-gnam Festa planirano za kraj listopada. Utrošena sredstva po pojedinim manifestacijama iskazana su u tablici realizacije financijskog plana koja se nalazi na kraju ovog izvješća.

Za realizaciju **zabavnih manifestacija** koje su i najzastupljenije, utrošen je najveći udio ukupnih troškova manifestacija u iznosu od 1.222.759 kn, 10% više nego 2017. godine, u najvećoj mjeri zbog većih troškova realizacije Fešte Sv. Pelagija, u skladu s izmjenama plana.

Kulturne manifestacije održane su po planu. Od novih kulturnih manifestacija, Novigrad je u lipnju i rujnu ugostio manifestaciju Istria Folk Fest na kojoj su sudjelovali folklorni ansambli iz Slovačke, Bugarske, Poljske, Španjolske i Slovenije, dok je u kolovozu održan nastup poznatog folklornog ansambla iz BIH KUD LOLA Sarajevo. Osim toga, krajem kolovoza, na Dan grada, ugostili smo simfonijski orkestar mladih SO DO – EL SISTEMA Hrvatska koji su održali energičan koncert na Velikom trgu. U obračunskom razdoblju utrošeno je ukupno 83.016 kn za realizaciju kulturnih manifestacija, 15% manje u odnosu na 2017. zbog ukidanja manifestacije Ples pod zvonikom, te 5% manje realiziranih troškova u odnosu na rebalans plana zbog manje utrošenih sredstava za Slikarski ex-tempore.

Od **sportskih manifestacija**, uspješno je realiziran prvi rukometni kamp *Handball Week* koji se održao u

travnju, čiji su treneri bili, među ostalima, poznati Ivano Balić i Venio Losert. Kamp je okupio stotinjak djece različitih uzrasta iz cijele Hrvatske, ali i susjednih zemalja (Italija, Austrija, Švicarska). Također, vrlo uspješno je realiziran projekt *Humatitarni Fitness day Novigrad* u organizaciji Udruge DSR AlphaFit Umag. Od ostalih, sada već tradicionalnih sportskih manifestacija, održani su nogometni turniri *Istria Winter Cup*, te *Istria Youth Cup*, koji je prošle godine obogaćen dodatnim sadržajima uz panel diskusiju na kojoj je sudjelovao izbornik Zlatko Dalić i s organizacijom treninga i druženja mladih sudionika turnira i djece iz Novigrada i okolice, nazvan Kids' day. Održana je i regata *Transadriatica*, te ostala natjecanja među kojima i Državno prvenstvo u podvodnom ribolovu. Od novih sportskih manifestacija, nije održano Europsko prvenstvo u cheerleadingu i plesu kako je bilo najavljeno od strane organizatora, jer je kao grad domaćin odabrana druga destinacija u Velikoj Britaniji. Također, zbog nemogućnosti dolaska istarskih craft pivovara u predložena tri termina (svibanj, kolovoz i rujan), nije realiziran novi rekreativno-gastronomski event *Beer Mile*. Ukupno je utrošeno 205.539 kn rashoda za realizaciju sportskih događanja, 33% više u odnosu na lani, zbog potpora novim sportskim manifestacijama prema planu i programu rada, te zbog većeg iznosa potpore za *Istria Youth Cup*, te 3% manje u odnosu na izmjene plana.

Gastronomske manifestacije čine drugu po redu najzastupljeniju stavku među kojima su *Gnam-gnam Fest* te *Wine & Walk by the sea*. Utrošeno je ukupno 205.282 kn, 4% manje nego 2017. god. za realizaciju gastro događanja, od čega se najveći udio odnosi na Gourmet festival *Gnam gnam fest*, koji se prošle godine odvijao od konca travnja do prvog vikenda u rujnu, u vremenu pred i posezone, kroz nekoliko gourmet (pod)manifestacija posvećenih pojedinoj namirnici ili grupi namirnica koje slove kao gastro-aduti ovoga kraja: divlje šparoge, morski plodovi, kapešante (jakobove kapice) i druge školjke, te srdele i druga plava riba. U travnju je održan Šparugafest (29. 4.); u svibnju More na tanjuru (20. 5.); u lipnju Večer novigradske kapešante (1. 6.); te u rujnu Sardelafest (7. 9.). U listopadu (28. 10.) je planirano izdanje Gnam gnam festa pod nazivom Istra na tanjuru, na kojem bi ponudu činila tradicionalna istarska jela, no zbog loših vremenskih prilika manifestacija je otkazana. Većina manifestacija održana je na atraktivnoj lokaciji u Parku Novigradske biskupije, gdje su posjetitelji po promotivnim cijenama mogli kušati ukusne i maštovite degustacijske zalogaje na bazi tematskih namirnica odnosno grupa namirnica u znaku pojedinog izdanja GGF-a. Degustacijska jela koja su dobrim dijelom posebno za ove prigode osmislili i pripremili kulinarski chefovi iz stalnog gourmet partnera manifestacije, novigradskog Aminessa (Laguna Novigrad), na licu mjesta posjetitelji su mogli sljubiti s vinima novigradskih vinara. Vina su se mogla kušati po open bar principu, uz kupljenu vinsku čašu s otisnutim logotipom festivala, simpatičnom maskotom gradskog zvonika, pa je mnogima čaša ostala kao originalni suvenir i lijepa uspomena na jedinstveni gourmet doživljaj. Na svakom izdanju manifestacije, na malom popratnom sajmu svoje su proizvode nudili i ostali proizvođači poljoprivrednih i drugih autohtonih proizvoda, a neizostavan je bio popratni glazbeno-animacijski programi, pri čemu se posebna pažnja pridavala odabiru izvođača i tehničkoj produkciji koji su u suglasju s ostalim sadržajima činili prikladnu glazbenu kulisu. Jedna od ovogodišnjih novina odnosi se na dodatni sadržaj koji se pod nazivom *Wine trail* odvijao na dan održavanja pojedinog izdanja Gnam gnam festa, a prethodio je samoj manifestaciji. Zainteresiranim posjetiteljima nudila se mogućnost višesatnog obilaska nekolicine vinskih podruma na širem području grada turističkim vlakom. Tijekom

obilaska, organizirale su se vinsko-gastronomske degustacije u vinskim podrumima i kušaonama, a „zadnja stanica“ te vinsko-gastronomske ture bila je na mjestu održavanja Gnam gnam festa, gdje su „putnici“ mogli nastaviti uživati u onome što su tijekom *Wine trail* ture obišli, upoznali i kušali.

Drugo izdanje manifestacije *Wine & Walk by the sea*, uspješno je realizirano u drugoj polovici rujna, s gotovo 500 prodanih kotizacija (150 više nego lani).

Prvo izdanje Jesenskog festivala koje objedinjuje dvije postojeće gastro manifestacije, *Dani gljiva i Dani jabuka*, uspješno je održano u drugoj polovici listopada.

Od ostalih gastro manifestacija, TZ je podržala i sudjelovala u organizaciji manifestacije *Che gusto* koja se krajem srpnja po treći put održala na inicijativu Udruge Slow Food Istria i Zajednice Talijana Novigrad, koji godinama organiziraju slične susrete posvećene gurmanskoj ponudi, te posebnu pažnju daju tradicionalnim proizvodima. Bio je to susret renomiranih proizvođača vina, pive i prehrambenih proizvoda iz Hrvatske, Italije i Slovenije koji su na jednom mjestu predstavili i nudili svoje visokokvalitetne i poznate proizvode.

U stavku **Ostale manifestacije** svrstani su troškovi organizacije uskršnjeg i novogodišnjeg programa, te ostale manje manifestacije (ljetni nastupi i dr.) za što je utrošeno 15.690 kn, 5% više nego godinu ranije i u skladu s rebalansom.

Od potpora manifestacijama i projektima, realizirano je 15% više rashoda u odnosu na lanjsko razdoblje, što je u skladu s izmjenama plana.

U ovu stavku uvršteni su i troškovi sufinanciranja projekta održivog i socijalno osjetljivog turizma *Iskorak iz tišine*, odnosno *Deaf Friendly Tourism*. TZ uključila se u provedbu projekta u vidu promotivnih aktivnosti i organizaciji prezentacije projekta te je sudjelovala na edukacijama koje su održane u ožujku.

Osim navedenog projekta, TZ uključena je i u provedbi projekta *Friendly Beach Autism* te je zajedno s nositeljem projekta sudjelovala u organizaciji konferencije *Friendly Beach European Days* na kojoj su sudjelovali svi partneri projekta iz Italije, Španjolske i Engleske. Nakon toga, nastavljena je suradnja i implementacija projekta te su u travnju i svibnju održane dvije edukacije za turističke djelatnike.

TZ je prošle godine za dodjelu bespovratnih sredstava iz programa "Potpore događanjima" u 2018. godini HTZ-u kandidirala 3 manifestacije: *Istria Football Youth Cup*, sva gastro događanja objedinjena u *Gnam-gnam Fest* te *Wine & Walk by the sea*. Iste su manifestacije kandidirane županijskoj turističkoj zajednici. Od strane HTZ-a nisu odobrene potpore, dok je TZIŽ dodjelila 10.000 kn za *Gnam-gnam fest* i 10.000 kn za *Istria Youth Cup*.

Za sve manifestacije utrošeno je 9% više sredstava nego 2017. Godini, te 1% manje u odnosu na izmjene plana.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
Utrošena sredstva	1.645.193 kn	1.830.406 kn	1.816.585 kn

2.3. Razvoj proizvoda

Sukladno Marketing planu klastera za 2018. godinu kojim su definirane smjernice, aktivnosti i projekti za razvoj proizvoda nogomet, tenis, bike, outdoor, wellness i gourmet, do kraja rujna odrađene su

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 8. po redu Istria Winter Cup, iako više ne kao klasterski event obzirom da se utakmice nisu održale u Umagu već samo u Novigradu i Buzetu. U srpnju je po peti put u Novigradu boravila nogometna akademija Manchester City uzrasta U-17, te je posebno za ovu prigodu održan susret i zajednički trening novigradske djece i igrača. TZ Novigrada financijski je podržala i organizirala navedeni susret te transfer iz zračne luke Pula do hotela Aminess Maestral gdje je ekipa bila smještena. Početkom listopada održano je još jedno vrlo uspješno izdanje Istria Youth Cup-a.
- Za razvoj **tenisa**, objavljeni su članci o tenisu, ažurirani članci na COI web stranici, te je kreiran event unutar Colours Of Istria facebook page-a za teniski event u listopadu – *Humanitarni tenis turnir parova Colours of Tennis* koji se održao u Umagu 20.-21.10.2018. Od noviteta, za blog.coloursofistria.com smo dogovorili suradnju s Goranom Ivaniševićem koji je tijekom umaškog ATP turnira Plava Laguna Croatia Open Umag pisao blogpostove/kolumne pod nazivom „Pogled legende”. Objavljeno je 7 blogpostova tijekom 7 dana turnira na hrvatskom i engleskom jeziku, a ciljevi suradnje bili su:
 - Kreirati i ponuditi novi sadržaj na COI blogu čitateljima i fanovima destinacije SZ Istre
 - Imati Gorana Ivaniševića kao kolumnistu radi image-a COI branda i destinacije
 - Potaknuti fanove tenisa i profila @ATPCroatiaOpenUmag na posjet COI blogu i društvenim mrežama te dodatno promovirati destinaciju.
- Na području **biciklizma**, izrađen je kalendar bike manifestacija, novi vizual i roll up za proizvod bike, održan je press trip sa slovenskim medijima te smo sudjelovali na prezentaciji u Kranjskoj Gori (ožujak) i na sajmu Tempo libero u Bolzanu (travanj/svibanj). Za daljnje pozicioniranje SZ Istre kao bike destinacije, objavljena je reportaža u Bikel.com, ugovorena bike ambasadorica za sjeverozapadnu Istru – Laura Šimenc (SLO), te su održane brojne biciklijade i maratoni, od kojih je svakako najveća i najbitnija utrka Istria Granfondo. 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.
- Za razvoj **wellnessa**, održani su event *Wellness Moments* u veljači i ožujku te *Istria Detox Days* u travnju i svibnju, kao i marketinške aktivnosti za promociju navedenih evenata: Google kampanja za slovensko i hrvatsko tržište, banner kampanja na portalima NOVE TV, radio oglašavanje i nagradne igre (Radio Eurostar i Radio Istra), PR objava za medije (HR, SLO, IT), te objave na portalima Relaxino, Naturala.hr, itd. Objavljen je blog za vrijeme održavanja *Wellness moments-a* te su event promovirani i kroz kanale društvenih mreža (Facebook i Instagram). Održana je prezentacija u sklopu sajma Tempo libero u Bolzanu, realizirana je foto i video produkcija, indoor i outdoor kampanje u Zagrebu i Rijeci te su provodile aktivnosti za realizaciju eventa *Istria Relax Days* u listopadu.
- Za razvoj **gourmet** proizvoda, održane su manifestacije *Dani jadranskih lignji*, *Dani školjaka*, *Dani istarskih šparoga*, prvi *Sweet Wine & Walk* na području Momjana, zatim *Istria Wine and Walk* te drugi *Wine & Walk by the sea*, te *Dani švoja*. Za promociju gastro ponude, održane su prezentacije

i promidžbene kampanje vezane uz pojedini event 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.

- **Outdoor** je novi proizvod kojeg smo ove godine započeli razvijati na nivou klastera, a za razvoj navedenog proizvoda poseban je naglasak dan na promociju manifestacija koje se bave trčanjem i organizacijom raznih utrka i maratona na području klastera, a u tu svrhu je prvi puta uspješno realizirana utrka *Umag Night Run* u lipnju koja je okupila više od 400 trkača.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
• Nogomet	21.561 kn	21.561 kn	21.547 kn
• Tennis	4.692 kn	5.036 kn	5.036 kn
• Bike	89.841 kn	75.776 kn	76.290 kn
• Wellness	17.937 kn	17.937 kn	17.937 kn
• Gourmet	75.410 kn	75.410 kn	75.410 kn
• Outdoor	25.747 kn	25.747 kn	25.734 kn
Ukupno	235.188 kn	221.467 kn	221.954 kn

U sklopu razvoja proizvoda na nivou TZG Novigrada-Cittanova, uvršteni su projekti Novigradskog suvenira, potpora za projekte u organizaciji Galleriona, turistički razgled Novigrada, projekt pješačkih staza te Put vinara odnosno potpora za razvoj itinerara *Wine Trail*. U izvještajnom razdoblju realizirani su troškovi otkupa novigradskih suvenira, zatim potpora za Gallerion – izložba povodom 100. obljetnice od 1. svjetskog rata, naknada za turistički razgled grada te potpora za *Novigrad-Cittanova Wine Trail*, ukupno u iznosu od 31.880 kn.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
Utrošena sredstva	40.000 kn	91.900 kn	31.880 kn

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Komunikacija vrijednosti odnosi se na online komunikacije, odnosno troškove održavanja i ažuriranja internet stranica zajedno s internet oglašavanjem i vođenjem stranica na društvenim mrežama, 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 na nivou su s realiziranim troškovima u 2017. godini te za 3% manji u odnosu na rebalans plana.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	674.152 kn	609.696 kn	592.329 kn

3.1. Online komunikacije

U ovu stavku uvršteni su troškovi održavanja i ažuriranja internet stranica te troškovi internet oglašavanja. Najveći dio troškova odnosi se na E-marketing klastera.

Tijekom 2018. godine, klasterska stranica imala je ukupno 650.535 posjeta, 11% više u odnosu na prethodnu godinu. Organske posjete iznosile su 490.262 posjeta, što je 75% svih posjeta za 2018. godinu i 16% više u odnosu na prošlu godinu. 60% svih posjeta bilo je putem mobilnog uređaja, a ostatak 40%, s računala ili tabletnog uređaja.

Velika pažnja dana je i mnogobrojnim člancima i blog postovima tijekom cijele godine, pa je tako objavljeno čak 53 članaka i 65 blog postova. Blogpostovi su nakon objave iskomunicirani i kroz kanale društvenih mreža.

Colours of Istria blog podijeljen je u četiri rubrike: “Mjesta i zanimljivosti”, “Doživite u Istri”, “Gourmet doživljaji” i “Sport u Istri”. Na blogu je tijekom godine pregledano 56.431 stranica što je 20% više nego 2017. godine.

Na društvenim mrežama klastera ostvareni su odlični rezultati:

FACEBOOK

- Na kraju 2018. zabilježili smo 103.957 fanova na Facebooku
- Unatoč trendu pada na ovoj društvenoj mreži, broj fanova veći je za 3.47% u odnosu na isto razdoblje 2017.
- Broj aktivnih korisnika je porastao za 2.62% a ukupni doseg za 47.46% zahvaljujući ponajprije većem plaćenom dosegu
- Uz već postojeće (Istria Wine & Walk, Istria Granfondo, Colours of tennis), kreirani su event page-ovi za Dane školjaka, šparuga, švoja i lignji
- Komunikacija se odvijala na hrvatskom i engleskom jeziku
- Kreirale su se četiri objave tjedno
- Tijekom godine, održano je 5 nagradnih natječaja (Wellness Moments, Dani školjaka, Dani šparuga, Colours of Tennis i Dani lignja)

TWITTER

- Krajem 2018. zabilježili smo 3.455 korisnika na Twitteru, što je 8.30% više nego na kraju 2017. Godine
- Većina pokazatelja interakcije je u rastu, zahvaljujući većem naglasku na vizualno atraktivnom sadržaju i retvitanju od strane profila s velikim brojem korisnika (npr. HTZ)
- Klikovi na linkove porasli su za 41,58%, a retweetovi su skočili 86.22% na
- Broj lajkova se povećao 76.98%, a u plusu je i broj impresija +30,71%

INSTAGRAM

- Broj followera je na kraju 2018. iznosio 11.291, što je 36.13% više nego krajem 2017.
- Ključni pokazatelji Instagrama također su u rastu, zahvaljujući povećanom obimu oglašivačkih aktivnosti tijekom 2018., ali i atraktivnom sadržaju
- Broj lajkova je skočio 40.62%, a komentara za 46.09%
- Iako je prošle godine na snagu stupila nova metrika, na Instagram u su postignuti zavidni rezultati

GOOGLE+ i YOUTUBE

- Broj korisnika je blago porastao - na Google plusu bilo 79, što je 3% više nego prethodne godine, dok se broj pretplatnika na YouTubeu povećao za 3% na 137.

Prošle se godine nastavila marketinška kampanja pod nazivom *Best of the northwest by Colours of Istria* što predstavlja posebno osmišljen natječaj za influencers koji pišu o putovanjima, lifestyleu i gastronomiji. Prijavljeni su influenceri iz Hrvatske, Slovenije, Njemačke, Italije, Nizozemske, Austrije, Ujedinjenog Kraljevstva, Kanade i Španjolske, ukupno 36 influencera te ih je odabrano sedam iz Hrvatske, Italije i Slovenije. Oni su boravili u destinaciji tokom rujna. Zanimljivim sadržajem uz naglasak na ljepote, šarm i posebnosti pojedinih gradova i lokacija Influenceri su svojim fanovima dočarali

različitu ponudu destinacije. Tim je sadržajem dosegnuto gotovo 80.000 korisnika na društvenim mrežama, pretežito na Instagramu. Više od 500.000 impresija u mjesec dana ukazuje na izvrstan rezultat u plasmanu objava na društvenim mrežama. Odlična interakcija na objave kod pojedinih Influencera rezultirala je kvalitetnim brojem na razini interakcije: ukupno 27.295 interakcija na sadržaj što je u prosjeku imao 525 lajkova po objavi.

U 2018. godini u Media album unesene su nove fotografije destinacije (dodatnih 1.627 fotografija), uglavnom sa svih klsterskih evenata, kao i tematske (snimke iz zraka, foto produkcija prema godišnjim dobima i gastro teme). Uz fotografije, objavljeno je i 16 novih video materijala (manifestacije i zračne snimke). Svi video spotovi objavljeni su klsterskom Youtube kanalu:

<https://www.youtube.com/user/ColoursofIstria>

Na web stranici, izrađena su tri nova banneri za download e-booka radi bolje prezentacije na stranici:

- Banner unutar članaka i evenata bike tematike
- Banner u kategoriji sport
- Banner na dnu svih stranica - pojavljuje se par sekundi nakon učitavanja stranice.

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 2018	REBALANS	OSTVARENJE
Utrošena sredstva	137.262 kn	132.895 kn	132.365 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.

- Realizirani troškovi PR aktivnosti u iznosu od 29.267 kn koji se uglavnom odnose na promotivne aktivnosti koje smo održali tijekom Svjetskog nogometnog prvenstva u lipnju i srpnju - projekcije na gradskim zidinama u Prolazu Venecija te na novigradskom zvoniku povodom osvajanja 2. mjesta hrvatske nogometne reprezentacije. Manji dio troškova odnosi se na ugošćavanje novinara koji su objavljivali reportaže u posebnim časopisima bez plaćenog oglasnog prostora.
- Tijekom godine ažurirani su i tiskani sljedeći materijali: Bike mape, Kalendar događanja, novigradski Image katalog, Plan grada, Kulturno-povijesni vodič, mjesečni letak s programom događanja te informativni letci za goste i građane. Ukupno je za tisak brošura i ostalih promo materijala utrošeno 62.442 kn.
- Za potrebe otkupa suvenira i promo materijala za poslovne partnere utrošeno je 22.101 kn, a nabavile su se promo torbe, notesi, te domaća ulja, vina i dr.

- Signalizacija obuhvaća aktivnosti vezane uz održavanje i postavljanje turističke (tzv. smeđe) signalizacije, zatim jumbo tabla dobrodošlice na prilazima u grad, info table odnosno city lighte te ostalu turističku signalizaciju – označavanje kulturnih spomenika. Ukupno je utrošeno 26.281 kn.
- Sukladno izmjenama udruženog oglašavanje za 2018. 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. Unutar navedene stavke, realizirani su svi troškovi sukladno planu za oglašavanje u promotivnim kampanjama po modelima u ukupnom iznosu od 281.905 kn.
- Za samostalno offline oglašavanje je prošle godine utrošeno manje sredstava 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 37.968 kn: oglašavanje na Radio Istri, reportaže na TV Istri i na Sportskoj televiziji, oglašavanje u posebnim priložima i časopisima za vrijeme pred i posezone, outdoor oglašavanje na jumbo panoima, i dr.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
Utrošena sredstva	264.424 kn	156.929 kn	140.091 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.

U stavci sajmovi i prezentacije realizirani su troškovi za predstavljanja koja su održana u Kranjskoj Gori za vrijeme Svjetskog kupa Pokal Vitranc u prvom tjednu ožujka, u Veneciji za vrijeme regate Transadriatica, u Laško za vrijeme slovenskog Festivala Pivo in cvetje, te potpora za sudjelovanje novigradskih vinara na sajmu Vinistra kao i potpora za promociju klastera za vrijeme sajma Oleum Olivarum u Bujama. Ove godine je u Laško za vrijeme Festivala Pivo in cvetje održana posebna prezentacija i najava manifestacije Slovenske noći uz nastup Elis Lovrić i degustaciju novigradskih vina i ostalih domaćih proizvoda.

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. Kampanja *Share Istria* u izdanju za 2018. godinu dovela je u Istru 32 influencera iz 20ak zemalja, koji imaju od 400.000 pa naviše pratitelja na društvenim mrežama, s time da ih je desetak imalo više od milijun, a nekoliko njih i više od pet milijuna pratitelja na najpopularnijim društvenim mrežama. Riječ je o tzv. celebrity influencerima koji zahtjevaju posebnu pažnju, odvojene itinerere i znatno veći angažman oko vođenja. Projekt *Share Istria* unaprijeđuje se iz godine u godinu, te je postao primjer najbolje prakse koji se često citira među stručnjacima za komunikaciju, posebno među specijalistima za društvene mreže, i to u cijelom svijetu. U pripremi projekta posebna pažnja posvećena je medijskoj reputaciji svakog pojedinog influencera, posebno u odnosu na zemlju iz koje dolazi. Svaka zemlja, naime, ima drukčiji medijski potencijal, kao i medijsku privrženost određenim socijalnim mrežama. Snapchat i Twitter su poznatiji u SAD-u, dok su

Facebook i Instagram popularniji u Europi. Svaki je autor na svojim profilima na društvenim mrežama imao priliku objavljivati postove o Istri u ukupnom trajanju od 21 dan od dolaska u destinaciju.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	38.000 kn	41.024 kn	40.030 kn

5. INTERNI MARKETING

Ovi se troškovi odnose na edukaciju, koordinaciju članova TZ-a, na troškove nagrađivanja najljepših okućnica i balkona, zatim na troškove izrade priznanja i zahvalnica za dugogodišnje i stalne goste, troškovi prijava i kandidatura na raznim natjecanjima te troškovi realizacije mini studije razvoja turizma u Novigradu, odnosno projekt Definiranja turističke ponude Novigrada. U 2018. godini realizirani su troškovi od 4.556 kn za edukacije djelatnika i novigradskih vinara za unapređenje manifestacija, zatim 2.484 kn troškova koordinacije članova TZ-a te 11.355 kn za akciju nagrađivanja najljepših okućnica i balkona. Uz nadzor i ocjenjivanje stručne komisije koja se održala tijekom svibnja i lipnja, a nagrađivanje okućnica i balkona za vrijeme Fešte Sv. Pelagija, u ovu su stavku uvršteni troškovi izrade zahvalnica i ugošćavanje dugogodišnjih gostiju, pa je tako TZ uručila 3 priznanja odnosno zahvalnica dugogodišnjim gostima: g. Đuranoviću, obitelji Conrad i obitelji Rossi-Pettina.

Turistička zajednica se prošle godine prijavila na natjecaj *Best Food Destination* čije se nagrađivanje dodjeljuje za vrijeme turističkog sajma u Londonu. Definiranje prijave i prikupljanje sve potrebne dokumentacije zahtjevao je veliki angažman, ali se prijava uspješno dostavila u roku, a trošak prijave iznosio je 3.742 kn. Na žalost, Novigrad nije prošao konkurenciju, a u uži krug su ušli sljedeći projekti: *A Taste of West Cork Food Festival*, *Catalonia European Region of Gastronomy 2016*, *TXOTX! By Gipuzkoa Provincial Council (San Sebastian)* te *Northern Ireland - Year of Food and Drink 2016*. Nagradu je dobila Sjeverna Irska za projekt *Year of Food and Drink 2016* za promociju domaćih proizvoda cijele regije. Osim prijave za ovu nagradu, TZ je kandidirala Novigrad za Destinaciju godine - Autentična primorska destinacija „malo misto“, u sklopu godišnjih hrvatskih turističkih nagrada koje provode Ministarstvo turizma, Hrvatska turistička zajednica i Hrvatska gospodarska komora. Novigrad je odabran da se predstavi u drugom krugu izbora koji je održan u Karlovcu, međutim nije prošao zadnji krug. Nominirani su bili Sutivan, Vis i Betina, a nagradu je dobio Sutivan.

Za realizaciju studije razvoja turizma u Novigradu, odnosno projekt redefiniranja turističke ponude Novigrada, izrađena je analiza postojećih sadržaja i ponude na području Novigrada, anketirani su turisti te je odrađena analiza strukture i zadovoljstva gostiju, kao i ispitivanje stavova turističkih dionika koje se provodilo na radionicama u travnju. Cilj projekta je podizanje vidljivosti i kvalitete turističke ponude Novigrada kroz modifikaciju postojećih i uvođenjem novih sadržaja i aktivnosti koje će biti promovirane pod zajedničkim brendom. U sljedećoj godini bit će predstavljen objedinjeni dokument koji će sadržavati zaključke s odrađenih radionica, razgovora i analiza te javnu prezentaciju rezultata i prijedloga aktivnosti za nadolazeće razdoblje. Ukupno je za projekt utrošeno 24.323 kn.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	43.500 kn	49.180 kn	46.461 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 izradu reportaža i kratkih promotivnih spotova za promociju gastro ponude: *Večer novigradske kapešante*, *Sardelafest*, *Novigrad-Cittanova Wine Trail* i *Wine & Walk by the sea*, te za promociju sportske manifestacije *Istria Youth Cup*, s ukupnim iznosom od 5.600 kn. Za foto produkciju manifestacija *Božićni sajam*, *Prvomajski piknik*, *Šparugafest*, *More na tanjuru*, *Večer novigradske kapešante* i *Fešte Sv Pelagija* utrošeno je 14.319 kn dok je ostatak od 15.693 kn iznos participacije izrade multimedijalnih materijala TZIŽ.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	41.693 kn	44.387 kn	42.387 kn

7. POSEBNI PROGRAMI

Sukladno Master planu turizma Istarske županije 2015. - 2025. i Strateškog i operativnog marketinškog plana Istre za razdoblje 2016. - 2020., sufinancirana je izrada strateškog dokumenta za privatni smještaj - smjernice razvoja privatnog smještaja, sukladno SMP-u Istre sufinancira s iznosom od 5.231 kn.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	5.231 kn	5.231 kn	5.231 kn

8. OSTALO

Ovdje su razvrstani rashodi za pomoći i donacije te sponzorstvo za Giovannija Cernogorza. U 2018. godini utrošeno je ukupno 31.528 kn pomoći i donacija, i to za Gospodarsku školu Buje, za organizaciju natjecanja Streljačkog društva Gusar, za NK Novigrad, Planinarsko društvo Čičarija - podružnica Buje (potpora za uređenje obiteljske staze Račja Vas-Rašpor), donacija za novigradsku umjetnicu Draganu Sapanjoš i njezin projekt u Italiji, donacija za humanitarnu akciju „Svi za Nina“, za Ženski boćarski klub Novigrad te donacija za Rukometni klub Novigrad.

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	27.000 kn	41.528 kn	31.528 kn

9. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU

	PLAN 2018	REBALANS	OSTVARENJE
UTROŠENA SREDSTVA	1.245.000 kn	1.203.000kn	1.200.364 kn

Ostvarenje financijskog plana za 2018. godinu:

- u Kn, bez lipa

RB	PRIMICI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2017.	PLAN 2018	REBALANS PLANA 2018	OSTVARENJE 2018.	Indeks 5 / 4	RAZLIKA	Index 5/2	Udio %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	3.580.231	4.150.000	4.010.000	3.969.990	99	-40.010	111	74%
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	457.724	460.000	460.000	502.978	107	32.978	110	9%
3.	PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA NOVIGRADA	430.000	430.000	500.000	480.100	96	-19.900	112	9%
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	278.997	321.000	454.691	423.682	93	-31.009	152	8%
4.1.	Prihodi BP - Nautika TZIŽ	180.409	210.000	305.366	305.366	100	0	169	6%
4.2.	Račun BP - Refundacija HTZ	31.468	31.000	54.125	54.125	100	0	172	1%
4.3.	Potpore projektima i manifestacijama	18.000	50.000	65.200	52.500	81	-12.700	292	1%
4.4.	Prihodi od trgovačkih društava	49.120	30.000	30.000	11.691	39	-18.309	24	0%
5.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI (kamate i naknade šteta od osiguranja)	26.344	1.000	8.309	3.973	48	-4.336	15	0%
	SVEUKUPNO PRIHODI	4.773.296	5.362.000	5.443.000	5.380.722	99	-62.277	113	100%
RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2017.	PLAN 2018	REBALANS PLANA 2018	OSTVARENJE 2018.	Indeks 5 / 4	RAZLIKA	Index 5/2	Udio %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	842.334	874.000	915.584	894.635	98	-20.949	106	17%
1.	Rashodi za radnike	596.163	606.000	652.125	658.825	101	6.700	111	13%
1.1.	Izdaci za zaposlene Ureda	453.952	440.000	460.000	463.533	101	3.533	102	9%
1.2.	Izdaci za zaposlene TIC-a	110.743	135.000	138.000	141.167	102	3.167	127	3%
1.3.	Izdaci za zaposlene Lučke ispostave Novigrad	31.468	31.000	54.125	54.125	100	0	172	1%
2.	Rashodi ureda	188.425	190.000	202.700	186.790	92	-15.910	99	4%
2.1.	Izdaci za usluge	120.167	117.000	127.000	118.509	93	-8.491	99	2%
2.2.	Materijalni izdaci	24.106	26.000	26.000	26.469	102	469	110	1%
2.3.	Sitan inventar	3.207	2.000	2.000	901	45	-1.099	28	0%
2.4.	Nabava imovine	0	5.000	5.000	0	0	-5.000	0	0%
2.5.	Reprezentacije i troškovi sjednica	13.335	15.000	15.000	15.810	105	810	119	0%
2.6.	Premije osiguranja	12.322	15.000	15.000	12.469	83	-2.531	101	0%
2.7.	Ostali rashodi	15.288	10.000	12.700	12.632	99	-68	83	0%
3.	Rashodi TIC-a	19.358	31.000	25.559	21.999	86	-3.560	114	0%
3.1.	Izdaci za usluge	5.667	10.000	6.000	4.341	72	-1.659	77	0%
3.2.	Materijalni izdaci	7.971	10.000	11.000	11.769	107	769	148	0%
3.3.	Sitan inventar	3.693	3.000	3.000	2.605	87	-395	71	0%
3.4.	Nabava imovine	0	5.000	2.559	0	0	-2.559	0	0%
3.5.	Ostali rashodi	2.027	3.000	3.000	3.284	109	284	162	0%
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	8.967	22.000	10.200	8.496	83	-1.704	95	0%
4.1.	Turističko vijeće	6.138	18.500	7.200	5.667	79	-1.533	92	0%
4.2.	Nadzorni odbor	2.829	3.500	3.000	2.829	94	-171	100	0%
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.114.081	2.241.381	2.394.773	2.381.420	99	-13.354	113	45%
1.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	216.648	320.000	310.000	310.000	100	0	143	6%
2.	MANIFESTACIJE	1.669.246	1.645.193	1.830.406	1.816.585	99	-13.822	109	35%
2.1.	Zabavne manifestacije	1.115.557	1.057.000	1.224.838	1.222.759	100	-2.079	110	23%
2.1.1.	Astro party Lunasa 31.7.-1.8.	72.479	70.000	73.333	73.333	100	0	101	1%
2.1.2.	Čarobni Novigrad lipanj	60.000	60.000	60.000	60.000	100	0	100	1%
2.1.3.	Fešta Sv. Pelagija	447.955	430.000	579.000	578.260	100	-740	129	11%
2.1.4.	Fešta Sv. Ivan Krstitelja	31.435	30.000	30.327	30.327	100	0	96	1%
2.1.5.	Glazba na svakom kutku	100.957	70.000	72.644	72.644	100	0	72	1%
2.1.6.	Maškare	36.000	35.000	36.450	36.450	100	0	101	1%
2.1.7.	Novigradske Božićne radosti	29.501	30.000	30.000	29.117	97	-883	99	1%
2.1.8.	Parkfest	90.298	70.000	72.931	72.931	100	0	81	1%
2.1.10.	Prvi maj u Novigradu	14.472	15.000	16.451	16.451	100	0	114	0%
2.1.11.	Slovenska noć	85.109	80.000	80.906	80.906	100	0	95	2%
2.1.12.	Susret bikerica	0	2.000	2.000	2.000	100	0	0	0%
2.1.13.	Večer uličnih čarobnjaka (Kids Night)	72.438	70.000	70.000	68.593	98	-1.408	95	1%
2.1.14.	Jazz Corner	38.751	40.000	45.450	45.449	100	-1	117	1%
2.1.15.	Concert Nights (Ferragosto a Cittanova)	36.163	45.000	45.000	45.951	102	951	127	1%
2.1.16.	Ostale zabavne manifestacije	0	10.000	10.346	10.346	100	0	0	0%
2.2.	Kulturne manifestacije	97.408	86.000	87.516	83.016	95	-4.500	85	2%
2.2.1.	Foto Ex tempore	15.000	15.000	15.000	15.000	100	0	100	0%
2.2.2.	Slikarski Ex tempore i likovna kolonija	24.296	30.000	29.690	25.690	87	-4.000	106	0%
2.2.3.	MFF: Novo kino Novigrad	4.200	6.000	7.826	7.826	100	0	186	0%
2.2.4.	Istria Folk Fest	0	5.000	5.000	5.000	100	0	0	0%
2.2.5.	Novigrad u folkloru	14.988	15.000	14.000	13.500	96	-500	90	0%
2.2.6.	Ples pod zvonikom	26.180	0	0	0	0	0	0	0%
2.2.7.	Ostale kulturne manifestacije (KUD, Agata, koncerti klasične glazbe)	12.744	15.000	16.000	16.000	100	0	126	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2017.	PLAN 2018	REBALANS PLANA 2018	OSTVARENJE 2018	Indeks 5 / 4	RAZLIKA	Index 5/2	Udio %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2.3.	Sportske manifestacije	154.307	200.500	212.778	205.539	97	-7.239	133	4%
2.3.1.	Tenis	0	1.500	0	0	0	0	0	0%
2.3.2.	Nogomet - Istria Winter Cup	30.084	30.000	29.963	29.963	100	0	100	1%
2.3.3.	Nogomet - Istria Youth Cup	58.484	60.000	115.500	108.937	94	-6.563	186	2%
2.3.4.	Bike - Istria Granfondo	21.061	20.000	833	1.321	159	488	6	0%
2.3.5.	Novigrad-Cittanova Run	15.000	15.000	15.000	15.000	100	0	100	0%
2.3.6.	Rukometni kamp	0	10.000	16.353	16.353	100	0	0	0%
2.3.7.	Transadriatica	10.248	10.000	7.505	7.456	99	-49	73	0%
2.3.8.	Humanitarni Fitness day Novigrad	0	7.000	7.000	7.000	100	0	0	0%
2.3.9.	Beer mile	0	12.000	625	0	0	-625	0	0%
2.3.10.	Europskoprvinstvo u cheerleadingu i plesu	0	15.000	0	0	0	0	0	0%
2.3.11.	Ostale sportske manifestacije (Kickboxing, Podvodni ribolov, Adv. Trek i dr.)	19.430	20.000	20.000	19.511	98	-489	100	0%
2.4.	Gastro manifestacije	214.682	205.000	205.275	205.282	100	7	96	4%
2.4.1.	Gnam-gnam fest	142.785	125.000	122.325	122.325	100	0	86	2%
2.4.2.	Jesenski festival uz Dane jabuka i glijiva	10.372	20.000	20.000	20.007	100	7	193	0%
2.4.3.	Wine &Walk by the sea	61.525	50.000	61.950	61.950	100	0	101	1%
2.4.4.	Ostale gastro manifestacije	0	10.000	1.000	1.000	100	0	0	0%
2.5.	Ekološke manifestacije	12.670	10.000	15.824	15.824	100	0	125	0%
2.5.1.	Eko-akcije	12.670	10.000	15.824	15.824	100	0	125	0%
2.6.	Ostale manifestacije (Uskrz uz glazbu, ljetni nastupi)	14.957	15.000	15.690	15.690	100	0	105	0%
2.7.	Potpore manifestacijama i projektima	59.665	71.693	68.485	68.475	100	-10	115	1%
2.7.1.	Muzej Lapidarium - Arterija	15.000	15.000	15.000	15.000	100	0	100	0%
2.7.2.	DV Tičići - Dječji folklor	0	3.000	3.000	2.990	100	-10	0	0%
2.7.3.	DV Girasole - Mini Ex tempore Girasole	0	3.000	3.000	3.000	100	0	0	0%
2.7.4.	Novigrad Card	0	5.000	225	225	100	0	0	0%
2.7.5.	Iskorak iz tišine / Friendly Beach Autism	10.000	10.000	10.000	10.000	100	0	100	0%
2.7.6.	Ostalo (World Challenge Day, Joga day, izložbe)	15.484	20.000	21.399	21.399	100	0	138	0%
2.7.7.	TZIŽ-5 PPS Experiences	19.181	15.693	15.861	15.861	100	0	83	0%
3.	RAZVOJ PROIZVODA	228.187	275.188	253.367	253.835	100	468	111	5%
	CLUSTER	212.687	235.188	221.467	221.954	100	487	104	4%
3.1.	Nogomet	47.174	21.561	21.561	21.547	100	-14	46	0%
3.2.	Tenis	4.070	4.692	5.036	5.036	100	0	124	0%
3.3.	Bike	71.811	89.841	75.776	76.290	101	514	106	1%
3.3.1.	Bike proizvod	54.581	61.276	61.276	61.790	101	514	113	1%
3.3.2.	Bike signalizacija i održavanje	17.230	28.565	14.500	14.500	100	0	84	0%
3.4.	Wellness	14.675	17.937	17.937	17.937	100	0	122	0%
3.5.	Gourmet	74.957	75.410	75.410	75.410	100	0	101	1%
3.6.	Outdoor	0	25.747	25.747	25.734	100	-13	0	0%
	TZG NOVIGRAD	15.500	40.000	31.900	31.880	100	-20	206	1%
3.7.	Novigradski suveniri	1.500	10.000	11.400	11.459	101	59	764	0%
3.8.	Gallerion	12.000	10.000	10.000	10.000	100	0	83	0%
3.9.	Turistički razgled Novigrada	0	7.000	5.500	5.500	100	0	0	0%
3.10.	Pješačke staze	0	3.000	0	0	0	0	0	0%
3.11.	Put vinara - Wine Trail	2.000	10.000	5.000	4.921	98	-79	246	0%
4.	POTPORA RAZVOJU DMK-a	0	1.000	1.000	1.000	100	0	0	0%
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	592.874	674.152	609.696	592.329	97	-17.368	100	11%
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	133.644	137.262	132.895	132.365	100	-530	99	3%
1.1.	Internet stranice i upravljanje internet stranicama	121.953	127.262	121.086	120.555	100	-530	99	2%
1.1.1.	Web portal Novigrad	3.968	8.489	2.313	2.313	100	0	58	0%
1.1.3.	Web klastera	96.838	97.850	97.850	97.320	99	-530	100	2%
1.1.4.	Web TZIŽ	21.147	20.923	20.923	20.923	100	0	99	0%
1.2.	Internet oglašavanje	11.691	10.000	11.810	11.810	100	0	101	0%
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	238.847	264.424	156.929	140.091	89	-16.837	59	3%
2.1.	PR aktivnosti	12.035	20.693	29.267	29.267	100	0	243	1%
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	106.599	149.731	70.436	62.442	89	-7.994	59	1%
	CLUSTER	52.316	87.000	16.380	16.380	100	1	31	0%
2.2.1.	Image katalog	27.676	5.000	1.362	1.363	100	1	5	0%
2.2.2.	Gourmet vodič	0	25.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.3.	Bike vodič i mape	11.993	40.000	7.885	7.885	100	0	66	0%
2.2.4.	Kalendar događanja	9.498	10.000	7.133	7.133	100	0	75	0%
2.2.5.	Mape i vrećice	3.150	5.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.6.	Mape pješačkih staza	0	2.000	0	0	0	0	0	0%
	TZG NOVIGRAD	49.076	57.500	48.825	40.831	84	-7.994	83	1%
2.2.6.	Image katalog	12.675	13.000	12.950	12.950	100	0	102	0%
2.2.7.	Plan grada / Kulturni vodič	20.125	25.000	26.875	26.875	100	0	134	1%
2.2.8.	Letak i plakati mjesečnih programa	3.263	6.000	6.000	0	0	-6.000	0	0%
2.2.9.	Mape i vrećice	6.000	6.000	0	0	0	0	0	0%
2.2.10.	Poster	4.500	4.500	0	0	0	0	0	0%
2.2.11.	Razno (e-visitor letci, LU i dr.)	2.513	3.000	3.000	1.006	34	-1.994	40	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2017.	PLAN 2018	REBALANS PLANA 2018	OSTVARENJE 2018	Indeks 5 / 4	RAZLIKA	Index 5/2	Udio %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	TZIŽ	5.207	5.231	5.231	5.231	100	0	100	0%
2.2.12.	EnjoyIstra	5.207	5.231	5.231	5.231	100	0	100	0%
2.2.13.	Vacation planner	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.3.	Suvenir i promo materijali	16.410	17.000	22.101	22.101	100	0	135	0%
2.3.1.	Suvenir i pokloni poslovnim partnerima	12.491	12.000	17.061	17.061	100	0	137	0%
2.3.2.	Ostali tiskani mate.(monografija, i dr.)	3.919	5.000	5.040	5.040	100	0	129	0%
2.4.	Signalizacija	103.804	77.000	35.125	26.281	75	-8.844	25	1%
2.4.1.	Smeđa signalizacija	24.484	12.000	5.000	3.488	70	-1.513	14	0%
2.4.2.	Table dobrodošlice	48.725	45.000	17.500	12.431	71	-5.069	26	0%
2.4.3.	City Lights - info table	25.189	15.000	8.500	6.238	73	-2.263	25	0%
2.4.4.	Ostalo (kulturni spomenici)	5.406	5.000	4.125	4.125	100	0	76	0%
3.	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	177.637	231.466	281.905	281.905	100	0	159	5%
3.1.	Model a - opća ponuda destinacije	8.804	52.309	52.309	52.309	100	0	594	1%
3.2.	Model b - Smještajna ponuda	63.097	65.386	65.386	65.386	100	0	104	1%
3.3.	Model c - Ostali oblici turističke ponude	93.048	9.154	9.154	9.154	100	0	10	0%
3.4.	Avioprijevoznici	12.688	104.617	104.617	104.617	100	0	825	2%
3.5.	Destinacijski razvojni projekti / FC Bayern Munchen	0	0	50.439	50.439	100	0	0	1%
4.	OPĆE OGLAŠAVANJE (tisak, TV, radio)	42.745	41.000	37.968	37.968	100	0	89	1%
4.1.	Samostalno oglašavanje	32.920	30.000	27.500	27.500	100	0	84	1%
4.2.	Klaster oglašavanje	4.875	6.000	5.343	5.343	100	0	110	0%
4.3.	Ostalo	4.950	5.000	5.125	5.125	100	0	104	0%
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	34.581	38.000	41.024	40.030	98	-994	116	1%
1.	SAJMOVI I PREZENTACIJE	27.449	30.000	31.019	31.019	100	0	113	1%
2.	DISTRIBUCIJA PROMO MATERIJALA	642	1.000	1.000	543	54	-457	85	0%
3.	STUDIJSKA PUTOVANJA	6.490	7.000	9.005	8.468	94	-537	130	0%
3.1.	Agencije	2.039	2.000	2.000	1.463	73	-537	72	0%
3.2.	Novinari	4.451	5.000	7.005	7.005	100	0	157	0%
V.	INTERNI MARKETING	15.686	43.500	49.180	46.461	94	-2.720	296	1%
1.	EDUKACIJA I BENCHMARKING	4.147	5.000	5.000	4.556	91	-444	110	0%
2.	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	1.985	2.000	2.484	2.484	100	0	125	0%
3.	NAGRADE I PRIZNANJA	9.554	10.000	12.068	11.355	94	-713	119	0%
3.1.	Najljepše okućnice	8.198	8.000	7.500	6.718	90	-783	82	0%
3.2.	Ostalo	1.356	2.000	4.568	4.638	102	70	342	0%
4.	NATJEČAJI / Prijave na turističke nagrade	0	1.500	3.742	3.742	100	0	0	0%
5.	STUDIJA RAZVOJA TURIZMA U NOVIGRADU	0	25.000	25.886	24.323	94	-1.563	0	0%
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	19.542	41.693	44.387	42.387	95	-2.000	217	1%
1.	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	9.744	10.000	7.600	5.600	74	-2.000	57	0%
2.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	0	3.000	6.775	6.775	100	0	0	0%
3.	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	0	1.000	0	0	0	0	0	0%
4.	WEB KAMERA	1.000	2.000	0	0	0	0	0	0%
5.	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	8.798	25.693	30.012	30.012	100	0	341	1%
VII.	POSEBNI PROGRAMI	12.235	5.231	5.231	5.231	100	0	43	0%
1.	TZIŽ - Izrada strateških dokumenata za privatni smještaj	12.235	5.231	5.231	5.231	100	0	43	0%
VIII.	OSTALO	17.735	27.000	41.528	31.528	76	-10.000	178	1%
2.	Pomoći i donacije	17.735	17.000	21.528	21.528	100	0	121	0%
3.	Sponzorstvo Giovanni Cernogoraz	0	10.000	20.000	10.000	50	-10.000	0	0%
IX.	TROŠKOVI KREDITA	0	15.000	0	0	0	0	0	0%
X	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.069.069	1.245.000	1.203.000	1.200.364	100	-2.636	112	23%
	Amortizacija	29.421	25.000	25.000	18.525	74	-6.475	63	0%
	SVEUKUPNO RASHODI	4.718.137	5.204.957	5.304.404	5.234.385	99	-70.020	111	100%
	Nabava imovine	8.750	0	0	6.559	0	0	75	0%
	SVEUKUPNO IZDACI	4.697.466	5.179.957	5.279.404	5.222.419	99	-56.985	111	100%
	SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE	55.159	157.043	138.595	146.338	106	7.742	265	3%
	POKRIVANJE MANJKA U 2017. I 2018. GODINI / PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU	-185.029	90.439	-46.434	-38.691	83	7.742	21	-1%