



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA UMAGA

Izvešće o radu za 2018.

Umag, veljača 2019.



S A D R Ž A J

Uvod

Turistički promet

1. Vizija i ciljevi

1.1 Vizija

1.2 Ciljevi u 2018. godini

2. Administrativni rashodi

2.1 Turistički ured

2.2 Rad tijela Turističke zajednice

3. Dizajn vrijednosti

3.1 Potpore manifestacijama

3.2 Potpora razvoju DMO

3.3 Potpora razvoju DMK

3.4 Razvoj proizvoda

3.4.1. Outdoor

3.4.2 Bike

3.4.3 Tenis

3.4.4 Wellness

3.4.5 Gourmet

4. Komunikacija vrijednosti

4.1 Online komunikacija

4.2 Offline komunikacija

4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama

4.4 Oglašavanje - ostalo

5. Distribucija i prodaja vrijednosti

5.1 Sajmovi i prezentacije

5.2 Studijska putovanja

6. Interni marketing

6.1 Edukacija

6.2 Koordinacija članova TZ-a

7. Marketinška infrastruktura

7.1 Formiranje baze podataka

7.2 Baza fotografija i filmova

8. Ostalo

8.1 Amortizacija

9. Transfer boravišne pristojbe Gradu

Uvod

Postavljeni ciljevi Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno destinacije Umag kao dijela navedenog klastera u 2018. godini:

- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini Klastera
- Produžiti sezonu na ostale mjesece u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Sea Star Festival, Istria Granfondo, Festival rukometa, Istria Wine & Walk, Istra Wine Run, Dane istarskih šparoga, Dane švoja, Dane jadranskih lignji, Dane školjaka i sl.) koji su namjenjeni pred i posezoni
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u klasteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

u potpunosti su realizirani. Promatrajući 2018. godinu na području TZG Umag ostvareno je 3% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Ovaj rast možemo zahvaliti poduzetim aktivnostima promocije na stranim tržištima i brojnim manifestacijama koje se održavaju na području TZG Umaga, izuzetno povoljnim vremenskim prilikama u pred i posezoni te investicijama u rekonstrukciju i izgradnju novih smještajnih kapaciteta. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Slovenija (26%), Njemačka (21%), Austrija (15%), Italija (8%) i Češka (5%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, porast broja noćenja je također 3%, a prema broju noćenja redoslijed je Njemačka (23%), Slovenija (18%), Austrija (16%), Italija (9%) i Češka (6%).

Ako pak promatramo realizaciju noćenja u periodu I-V mjeseci IX-XII mjesec odnosno period predsezone i posezone, u kojima dolaze do izražaja, između ostalog, i poduzete aktivnosti u razvoju proizvoda na nivou klastera (outdoor, nogomet, tenis, wellnes, bike i gourmet) te organizirane manifestacije, možemo konstatirati da je u navedenom periodu zabilježen porast broja noćenja od 12% u odnosu na 2017. godinu.

Veseli činjenica da sa sva tržišta iz top 10, izuzev Hrvatske i Poljske, nastavljaju svoj porast u broju ostvarenih noćenja, a najveći relativni rast imaju Nizozemska (+21%), Mađarska (+10%), Slovačka (+8%) i Češka (+6%).

Turističke zajednice klastera su u 2018. godine nastavile s primjenom brendinga na svim novim/reizdanim promotivnim materijalima (Kalendar događanja, MTB i cestovne bike karte, vrećice, Info bike table, kao i papirna galanterija za administrativne potrebe TZ-a). Ostvarena je ušteda s obzirom da smo imali veliku zalihu materijala te nije bilo potrebno ići u reprint.

Što se tiče e-marketinga realizirano je kvalitetno unapređenje centralnog turističkog web portal na razini Klaster Sjeverozapadne Istre odnosno stranice COI (www.coloursofistria.com) provedbom aktivnosti navedenih u Marketing planu klastera 2017. (SEO, društvene mreže, e-promocija, sadržaj). Cestovna signalizacija, tiskani materijali i portal su usklađeni. Svi se snimljeni materijali mogu pogledati na službenom web portalu klastera. Uredništvo COI intenzivno surađuje sa svim TZ-ima klastera. Realizacija budžeta je bila na razini plana.

U segmetu razvoja proizvoda u Klasteru sjeverozapadne Istre realizirane su marketinško promotivne i prodajne aktivnosti u proizvodima tenis, bike, nogomet, wellness i gourmet. Za svaki od navedenih proizvoda definirani projektni timovi su realizirali usvojene godišnje planove aktivnosti za 2018. godinu pri čemu su troškovi realizirani na nivou planiranih vrijednosti.

U segmetu organizacije evenata realizirani su eventni od klasterskog značaja odnosno oni koji su postali generatori novih dolazaka u destinaciju (Dani školjaka – veljača/ožujak, Dani istarskih šparoga – ožujak/svibanj, Istria Wine and Walk – svibanj, Istria Granfondo – listopad, Dani švoja – listopad/studeni, Dani jadranskih lignji – prosinac/siječanj), a sufinancirali su ih svi dionici klastera sukladno interesu. Po drugi puta je realiziran event – Sea Star Festival koji je i u svom drugom izdanju opravdao očekivanja u smislu posjećenosti i broja ostvarenih noćenja.

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

Promidžbene materijale Turistička zajednica grada Umaga nije slala na sajmove na kojima je bila prisutna Hrvatska turistička zajednica i Turistička zajednica Istarske županije jer se u promo materijalima navedenih institucija nalaze i općeniti podaci o destinaciji Umag. Turistička zajednica grada Umaga je sukladno usvojenim aktivnostima po pojedinim proizvodima u Marketing planu klastera za 2018. godinu na specijalizirane sajmove (kampovi, bike, wellness, gourmet) dostavljala promo materijale preko predstavnika klastera koji su odlazili na navedene sajmove te stranih agencija i turoperatora.

I u protekloj su se godini održale brojne manifestacije u organizaciji ili suorganizaciji Turističke zajednice Grada Umaga sa Gradom Umagom, Ustanovom Festum i Muzejom Grada Umaga, te ostalih udruga i društava koje djeluju na području grada Umaga. Te su manifestacije (ATP Croatia Open, Sea Star Festival, Festival rukometa u Umagu, Dan rajčica, Motobike susreti, Istria Granfondo, Umagični blagdani, i sl.) privukle značajan broj gostiju i pružile im mogućnosti doživljaja Umaga i Istre na poseban, drugačiji način.

Ured TZ Grada Umaga koordinirao je aktivnosti vezane uz unapređenje boravka gostiju, organizaciju događanja, razvoj proizvoda i uređenje destinacije s nadležnim uredima u Gradu Umagu.

Poslovanje TZ Grada Umaga u predmetnom razdoblju odvijalo se u skladu s aktima Zajednice, odlukama Turističkog vijeća i Skupštine, a financijska sredstva utrošena su sukladno Programu rada i financijskom planu za 2018. godinu.

Turistički promet

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2018. godini ostvareno je 28.440.397 noćenja odnosno 3% više noćenja nego u 2017. godini dok je istovremeno u 2018. godini realizirano 4.455.437 dolazaka ili 5% više nego u 2017. godini. Udio Turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja Turističke zajednice Istarske županije iznosi 9,50%.

Tablica 1. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2017. i 2018. godini na području TZG Umag

Zemlja	Dolazaka 2017.	Dolazaka 2018.	Indeks	Noćenja 2017.	Noćenja 2018.	Indeks
Ukupno domaći	31.085	27.004	87	116.164	107.759	93
Ukupno strani	442.591	460.139	104	2.532.719	2.614.957	103
Sveukupno	473.676	487.143	103	2.648.883	2.722.716	103

Izvor: Sustav E-visitor

Promatrajući 2018. godinu na području TZG Umag ostvareno je 3% više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani.

Ovaj rast možemo zahvaliti poduzetim aktivnostima promocije na stranim tržištima i brojnim manifestacijama koje se održavaju na području TZG Umaga, izuzetno povoljnim vremenskim prilikama u pred i posezoni te investicijama u rekonstrukciju i izgradnju novih smještajnih kapaciteta. Najveći broj noćenja ostvaruju gosti s naših tradicionalnih emitivnih tržišta, Slovenija (26%), Njemačka (21%), Austrija (15%), Italija (8%) i Češka (5%).

Ukoliko iz analize isključimo nekomercijalna noćenja koje ostvaruju vlasnici kuća i stanova za odmor i njihova rodbina, porast broja noćenja je također 3%, a prema

broju noćenja redosljed je Njemačka (23%), Slovenija (18%), Austrija (16%), Italija (9%) i Češka (6%).

Ako pak promatramo realizaciju noćenja u periodu I-V mjeseci IX-XII mjesec odnosno period predsezone i posezone, u kojima dolaze do izražaja, između ostalog, i poduzete aktivnosti u razvoju proizvoda na nivou klastera (outdoor, nogomet, tenis, wellnes, bike i gourmet) te organizirane manifestacije, možemo konstatirati da je u navedenom periodu zabilježen porast broja noćenja od 12% u odnosu na 2017. godinu.

Tablica 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2017. i 2018. godini na području TZG Umag

Zemlja	2018.	%	2017.	%	Indeks
Slovenija	700.113	25,71	682.960	25,78	102,51
Njemačka	556.537	20,44	542.199	20,47	102,64
Austrija	401.817	14,76	392.607	14,82	102,35
Italija	223.116	8,19	220.803	8,34	101,05
Češka	137.498	5,05	129.919	4,90	105,83
Hrvatska	107.759	3,96	116.164	4,39	92,76
Poljska	80.639	2,96	81.944	3,09	98,41
Nizozemska	79.778	2,93	65.856	2,49	121,14
Slovačka	61.963	2,28	57.325	2,16	108,09
Mađarska	57.620	2,12	52.359	1,98	110,05
Ostali	315.876	11,60	306.747	11,58	102,98
Sveukupno	2.722.716	100	2.648.883	100	103

Izvor: Sustav E-visitor

Što se tiče ostvarenih rezultata na našim tradicionalnim emitivnim turističkim tržištima (Slovenija, Njemačka i Austrija), tu bilježimo stabilan rast od 2 do 3%, što je vrlo bitno s obzirom na apsolutne brojke koje se ostvaruju s tih tržišta.

Posebno treba istaknuti veliki povratak naših gostiju s nizozemskog tržišta (+21%) budući da se tek u prošloj godini počeo oporavljati promet s tog vrlo važnog tržišta. Ove pozitivne trendove dodatno osnažuje porast realiziranih noćenja s ostalih najvećih tržišta, češkog (+6%), slovačkog (+8%) i mađarskog (+10%).

Veseli činjenica da sa sva tržišta iz top 10, izuzev Hrvatske i Poljske, nastavljaju svoj porast u broju ostvarenih noćenja, a najveći relativni rast imaju Nizozemska (+21%), Mađarska (+10%), Slovačka (+8%) i Češka (+6%).

Tablica 3. Ostvarenje noćenja po mjesecima u 2017. i 2018. godini na području TZG Umag

Mjeseci	2018.		2017.		IDX dol.	IDX noć.
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja		
Siječanj	2.246	9.112	2.769	10.719	81	85
Veljača	4.924	18.034	7.265	21.780	68	83
Ožujak	13.222	38.096	10.333	29.996	128	127
Travanj	33.098	98.523	31.914	96.772	104	102
Svibanj	48.478	174.489	39.930	130.676	121	134
Lipanj	76.698	357.502	81.864	382.393	94	93
Srpanj	118.079	797.222	120.040	779.093	98	102
Kolovoz	111.548	829.339	109.432	829.194	102	100
Rujan	54.326	318.921	48.591	303.940	112	105
Listopad	15.319	53.852	13.611	41.956	113	128
Studeni	4.923	16.824	3.533	11.792	139	143
Prosinac	4.282	10.802	4.394	10.572	97	102
Ukupno:	487.143	2.722.716	473.676	2.648.883	103	103

Izvor: Sustav E-visitor

Iz tablice je vidljivo da je najveći rast noćenja ostvaren u mjesecu svibnju, za čak 34% u odnosu na prethodnu godinu. Razlog možemo tražiti u rasporedu praznika na glavnim emitivnim tržištima.

Tablica 4. Ostvarenje noćenja po vrsti objekta u 2017. i 2018. godini na području TZG Umag

Podvrsta objekta	2018.		2017.		IDX noć
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	
Hotel	150.597	612.662	154.382	642.376	95

Kamp	97.663	552.292	92.814	519.212	106
Objekti u domaćinstvu	74.335	448.061	67.153	408.434	110
Turističko naselje	71.989	401.026	70.739	402.388	100
Apartman, soba, kuća za odmor	32.522	175.563	32.357	181.743	97
Turistički apartmani	24.505	133.555	25.981	140.659	95
Hostel, prenoćište	8.665	48.964	8.240	46.988	104
Pansion	10.294	44.422	5.568	19.684	226
Kampiralište i organiz. kampiranje	590	4.390	538	4.132	106
Vikendica, kuća i stan stanovnika	15.923	301.354	15.879	283.018	106
Ukupno:	487.143	2.722.716	473.676	2.648.883	103

Izvor: Sustav E-visitor

U 2017. godini se nastavlja rast u segmentu privatnog smještaja i to za 10%, dok su hoteli pali za 5%, a kampovi rasli 6% u odnosu na 2017. godinu. Nekomercijalni smještaj je rastao za 6% u odnosu na prethodnu godinu i čini oko 11% ukupno ostvarenih noćenja na području TZG Umag.

1. Vizija i ciljevi

1.1. Vizija

Klaster Sjeverozapadne Istre će imati reputaciju kao top klaster u Hrvatskoj zbog svoje raznovrsnosti i visoke razine kvalitete smještaja, rekreativnih objekata, tipične hrane i vina, jake tradicije i autentičnog gostoprimstva.

Bit će poznat po svojoj izvrsnoj brizi za gosta, cjelogodišnjem programu aktivnosti i jedinstvenim eventima, sve izvedeno iz kultiviranog pejzaža, prirode i tradicije ovog područja.

Sveukupni turistički rast u Klasteru biti će ostvaren kroz sustav tematiziranih proizvoda/iskustava, koji će podržavati diferenciran razvoj turizma na obali i unutrašnjosti.

1.2. Ciljevi

Strateški ciljevi marketinške politike / dugoročni ciljevi:

- Produženje turističke sezone i produženje prosječnog boravka gosta
- Transformacija destinacije Umag iz ljetne odmorišne destinacije u cjelogodišnju destinaciju kroz strateške proizvode
- Jačanje suradnje privatnog i javnog sektora

Ciljevi marketinške politike u 2018:

- Daljnji razvoj centralnog turističkog web portala koji je uspostavljen na razini Klastera
- Produžiti sezonu na ostale mjeseci u godini (osim od lipnja do rujna) kreirajući specifične proizvode (bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet) i evente (Sea Star Festival, Istria Granfondo, Festival rukometa, Istria Wine & Walk, Istra Wine Run, Dane istarskih šparoga, Dane švoja, Dane jadranskih lignji, Dane školjaka i sl.) koji su namijenjeni pred i posezoni
- Produžiti vrijeme boravka turista ponudom paketa proizvoda koji motiviraju turiste da dulje ostanu u klasteru
- Povećati potrošnju turista
- Utjecati na ponovljeni dolazak turista

2. Administrativni rashodi

2.1 Turistički ured

Ured Turističke zajednice grada Umaga je i u 2018. godini koordinirao, organizirao i pripremao dokumentaciju za potrebe tijela zajednice - održale su se dvije sjednice Skupštine TZ grada Umaga, dvije sjednice Nadzornog odbora, tri sjednice Turističkog vijeća te niz koordinacija s članovima odbora klastera, direktorima LTZ-a, direktorima TZ-a klastera, te predstavnicima dionika turističke ponude u destinaciji Umag (privatni iznajmljivači, ugostitelji, turističke agencije, ACI marine, hotelske kuće i dr.). Rad tijela zajednice i Ureda TZG Umaga odvijao se sukladno odredbama i rokovima Zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), te odredbama Statuta TZ grada Umaga (NN 73/10).

Osim svega gore navedenog direktor TZG Umag i djelatnici ureda svakodnevno su provodili zadatke utvrđene programom rada Zajednice, obavljali stručne i administrativne poslove u vezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice te izrađivali i izvršavali akte tijela Zajednice, obavljali pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, vodili evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice, izrađivali analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice, davali tijelima Zajednice i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice te obavljali druge poslove koje su im odredila tijela Zajednice. Uštede u troškovima administrativnih rashoda u usporedbi s planiranim veličinama rezultat je reorganizacije poslova unutar TZG Umag (stavka rashodi za radnike), smanjenja troškova ureda (potrošni uredski materijal, struja, telefon) kao i smanjenja rashoda za rad tijela TZG Umag. Udio rashoda po stavci administrativni rashodi u ukupno realiziranim rashodima iznosi 17,57%

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rad turističkog ureda <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	1.596.202 kn	1.517.296 kn

2.2 Rad tijela Turističke zajednice

SKUPŠTINA TZG Umag

Tijekom 2018. godine održale su se 2 (dvije) sjednice Skupštine koje su, na dnevnom redu imale zakonom propisane zadaće koje Skupština TZG Umag mora obavljati (čl. 15. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08).

- dvije (2) sjednice Skupštine TZ Grada Umaga

- Sjednica Skupštine 13. ožujka 2018. - DNEVNI RED:

1. Otvaranje izborne Skupštine Turističke zajednice grada Umaga

2. Izbor radnih tijela Skupštine
 - a) Zapisničara i ovjerovitelja zapisnika
 - b) Verifikacijske komisije
3. Izvešće Verifikacijske komisije
4. Ovjera zapisnika sa 19. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 22.11. 2017. godine
5. Izbor 8 članova Turističkog vijeća
6. Izbor 2 člana Nadzornog odbora
7. Izbor 2 člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije
8. Razmatranje i usvajanje Izvešća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2017. godinu i Upitnikom o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2017. godinu
9. Razmatranje i usvajanje Izvešća o radu Turističkog vijeća u 2017. g.
10. Razmatranje i usvajanje Izvešća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2017. g., te njegovo usvajanje
11. Razmatranje Izvešća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2017.
12. Tekuća pitanja.

- Sjednica Skupštine 12. prosinca 2018. - DNEVNI RED:

1. Verifikacija zapisnika sa 20. sjednice Skupštine Turističke zajednice grada Umaga održane dana 13. 03. 2018. godine
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Skiper hoteli za provođenje postupka:
 - a) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
 - b) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga
3. Razmatranje i usvajanje Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2018.
4. Razmatranje i usvajanje Programa rada Turističke zajednice za 2019. godinu sa Financijskim planom, te donošenje Odluke o njegovom izvršenju
5. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga za provođenje postupka:
 - a) za razrješenje dosadašnjeg člana Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga i člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije
 - b) za izbor novog člana Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Umaga
 - c) za izbor dva nova člana Skupštine Turističke zajednice Istarske županije
6. Tekuća pitanja.

TURISTIČKO VIJEĆE TZG Umag

Tijekom 2018. godine održale su se 3 (tri) sjednice Turističkog vijeća TZG Umag koje su, između ostalog, kao dnevni red imale zakonom propisane zadaće koje Turističko

vijeće TZG Umag mora obavljati (čl. 17. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08).

- Sjednica Turističkog vijeća 20. veljače 2018. - DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka
2. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvešća o realizaciji Programa rada sa Financijskim izvješćem Turističke zajednice grada Umaga za 2017. godinu i Upitnikom o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2017. godinu
3. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Izvešća o radu Turističkog vijeća u 2017. g.
4. Razmatranje Izvešća Nadzornog odbora o izvršenom nadzoru nad radom i financijskim poslovanjem Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01. 01. – 31. 12. 2017. g., te njegovo usvajanje
5. Razmatranje Izvešća o radu direktora turističkog ureda Turističke zajednice grada Umaga u 2017., te njegovo usvajanje
6. Razmatranje Izvešća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2017.
7. Izbor revizorske kuće za obavljanje revizije financijskih izvješća za 2018.
8. Tekuća pitanja.

- Sjednica Turističkog vijeća 04. srpnja 2018. - DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka
2. Informacija o ostvarenom turističkom prometu u razdoblju 01.01. – 30.06.2018.
3. Informacija o kretanju prihoda i rashoda Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 01.01. - 31.05.2018.
4. Zahtjevi za sufinanciranjem dodatnih manifestacija – pristigli zahtjevi:
 - a) Sea star festival
 - b) Istria Wine Run
 - c) Trofej Umag
 - d) 2018. Croatia open – otvoreno prvenstvo Hrvatske u odbojci na pijesku
5. Tekuća pitanja

- Sjednica Turističkog vijeća 08. studeni 2018. – DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice sa informacijom o izvršenju zaključaka
2. Utvrđivanje prijedloga Izmjena i dopuna Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Umaga za 2018.
3. Utvrđivanje prijedloga Programa rada Turističke zajednice za 2019. godinu sa Financijskim planom
4. Razmatranje prijedloga Komisije i donošenje Odluke o dodjeljivanju priznanja i novčanih nagrada za najbolje uređeni okoliš stambenog objekta i najljepše uređeni izlog u 2018. godini
5. Razmatranje i utvrđivanje prijedloga Skiper hoteli za provođenje postupka:

a) za razrješenje dosadašnjeg člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga

b) za izbor novog člana Skupštine Turističke zajednice grada Umaga

6. Tekuća pitanja

NADZORNI ODBOR TZG Umag

Tijekom 2018. godine održale su se 2 (dvije) sjednice Nadzornog odbora koje su za dnevni red imale zakonom propisane zadaće koje Nadzorni odbor TZG Umag mora obavljati (čl. 19. i 20. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08):

- Sjednica Nadzornog odbora 09. veljače 2018. - DNEVNI RED:

1. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga
2. Razmatranje provedbe Programa rada i Financijskog izvješća Turističke zajednice grada Umaga za 2017.
3. Razmatranje Izvješća neovisnog revizora o revizijskom uvidu financijskih izvještaja Turističke zajednice grada Umaga za 2017.
4. Tekuća pitanja

- Sjednica Nadzornog odbora 13. kolovoza 2018. - DNEVNI RED:

1. Konstituiranje i izbor predsjednika Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga
2. Ovjera zapisnika sa prethodne sjednice Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Umaga
3. Financijsko izvješće Zajednice za razdoblje 01.01.-30.06.2018.
4. Izvještaj o prihodima i rashodima Turističke zajednice grada Umaga za razdoblje 1. siječnja do 30. lipnja 2018.
5. Tekuća pitanja

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Skupština	ožujak	13.03.2018.
(2 sjednice)	prosinac	12.12.2018.

Turističko vijeće (3 sjednica)	veljača srpanj listopad	20.02.2018. 04.07.2018. 08.11.2018.
Nadzorni odbor (2 sjednice)	veljača kolovoz	09.02.2018. 13.08.2018.
Ukupni iznos	31.000 kn	24.014 kn

3. Dizajn vrijednosti

3.1 Potpore manifestacijama

Definirane su aktivnosti u razvoju i upravljanju klasterskim eventima:

a) definiranje klusterskih evenata (postojećih i novih)

Eventi sa jakim karizmom na nivou cjelog klastera definirani se kao klusterski event. Interes je clustera da zajednički podrži razvoj i komercijalizaciju klusterskih evenata.

b) grupiranje evenata u tematske cjeline

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

- Zabava
- Kultura
- Sport i rekreacija
- Gourmet

c) unapređenje postojećih i razvoj novih klusterskih evenata

Klaster (dionici) su usmjeravali i podržavali unapređenje postojećih i razvoj novih klusterskih evenata na način da se iste podržavalo:

- promotivno (putem zajedničkih marketinških aktivnosti te putem marketinških aktivnosti dionika)
- logistički i infrastrukturno (sukladno mogućnostima npr. davanje potrebne infrastrukture u najam uz povoljne uvjete i sl.)
- financijski (sukladno mogućnostima i prioritetima prvenstveno turističkih zajednica)

d) promoviranje klusterskih evenata

Klusterski eventi bili su naglašeno promovirani putem aktivnosti marketing plana klastera te putem marketinških aktivnosti dionika klastera

Nositelji evenata odnosno financijeri su bili različiti ovisno o eventu (pojedini dionici marketing plana, te vanjski partneri).

Zabavne manifestacije

Sva su zabavna događanja podijeljena na klusterska i događanja na području TZG Umag. U klusterska događanja spadaju: Motobike susreti Umag, Mega koncerti, Sea Star Festival, ATP Party Nights. Generalni je stav dionika klastera bio da će se

sufinancirati događanja koja imaju potencijal generiranja novih dolazaka i koja se dešavaju van glavne sezone i sukladno tome je i postupano.

Uz navedene klasterske projekte Turistička zajednica grada Umaga je bila suorganizator ili je pak sufinancirala slijedeća događanja na području destinacije Umag: ACR Musifest, Umagični blagdani, Ribarske noći, Međunardoni Oldtimer Rally.

Kulturne manifestacije

Na području destinacije Umag, TZG Umag je sufinancirala program Sakralno blago, Regata strocia Venecia, Festival Indirekt i Festival Zlatni lav.

Sportske manifestacije

Osim tradicionalno najvećeg sportskog događaja u Hrvatskoj, ATP Croatia Open Umag, u klasterska događanja još spadaju i Svjetsko prvenstvo veterana u tenisu, teniski turniri GMP i ITF te Champions Bowl. Osim teniskih evenata na nivou klastera realizirale su se i jedriličarske regate: Istarska regata i Mittel Europa Opti Race. U proizvodu bike u ožujku je realizirana cestovna utrka Istarsko proljeće i Umag Trophy u suradnji s BK Kamen, dok je u listopadu realizirana cestovna utrka biciklista Istria Granfondo. Turistička zajednica grada Umaga sudjelovala je u sufinanciranju međunarodnog golf turnira na Crvenom vrhu: Sparugada Open.

Nepotrebno je naglašavati koliku je promociju Gradu Umagu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj dosad donio ATP Croatia Open Umag. Ovaj je turnir, koji se 2018. godine po dvadesetdeveti put održao u Umagu, postao zaštitni znak Umaga i referentna točka svekolikog događanja u Umagu i široj okolici. U protekloj 2018. godini program ATP je nastavio s realizacijom projekta Istrian Gourmet Festival - jedne od najprestižnijih gastronomskih manifestacija u Istri - gdje su se naši gosti imali priliku kroz 15-ak dana gurmanskih događanja upoznati s delicijama istarske kuhinje. Kroz projekt Taste Istria predstavljeni su vrhunski istarski vinari i maslinari te proizvođači autohtonih istarskih delicija i na taj je način stvoren nezaboravan gurmanski doživljaj koji je gostima približio jedinstvenu istarsku kulturu življenja. I u 2018. godini su na Istrian Gourmet Festivalu bila predstavljena neka od najboljih istarska vina koja su dobila brojne nagrade prilikom sudjelovala na izložbama vina u zemlji i inozemstvu.

Osim ATP-a i jedriličarskih regata u destinaciji Umagu su održane brojne sportske manifestacije: Umag Trophy U9-10 i U11-13 nogometni turniri za mlađe uzraste koji privlače preko 1.000 sudionika i posjetitelja po izdanju, košarkaški kamp Basket for you (B4U) koji vodi proslavljeni hrvatski košarkaški as Aramis Naglič kao i sajam sporta i sportske opreme u okviru projekta 100 milja Istre.

Također su održane brojne trkačke manifestacije – po prvi puta noćna utrka – Umag Night Run, zatim HO-HO-HO Run, Istrian Wine Run i ostale.

Gourmet manifestacije

Promoviranje gourmet ponude Istre logičan je slijed višegodišnjeg projekta u okviru kojeg se ocjenjuju ugostiteljski objekti Istre, a sukladno tome i ugostiteljski objekti na području destinacije Umag.

U segmentu gourmeta međusobna suradnja i povezivanje Turističkih zajednica klastera došla je do izražaja u organizaciji Dana istarskih šparuga, Dana švoja, Dana jadranskih lignji i Dana školjaka. Osim ova četiri gourmet događaja u 2018. je u terminima pred i posezone organizirano još nekoliko gourmet evenata: Smrčkijada, Bobićada, Okusi Istre i ostale.

Tradicionalna fešta Dan rajčica je i u 2018. godini polučila veliki uspjeh okupivši na Trgu slobode nekoliko tisuća gostiju.

U 2018. godini ostvareni su prihodi od TZIŽ za sufinanciranje manifestacije Taste Istria, a također je ostvareno i 150.000 kn od upravnog odjela za turizam Istarske županije, također za ranije navedenu manifestaciju. Odlukom TV TZG Umaga navedena sredstva su i utrošena u poboljšanje kvalitete i proširenje turističke ponude manifestacije Taste Istria.

Aktivnosti		Planirano	Ostvareno
Potpora projektima <i>veljača - lipanj / rujan - prosinac</i>	Zabavne	2.804.850 kn	2.843.146 kn
	Kulturne	80.000 kn	64.153 kn
	Sportske	920.148 kn	882.744 kn
	Gourmet	898.873 kn	866.025 kn
	Ostalo	98.309 kn	98.997 kn
Ukupni iznos		4.802.180 kn	4.755.064 kn

3.2 Potpora razvoju DMO

Prateći aktualne trendove na međunarodnom tržištu koji su usko povezani s razvojem destinacijskog menadžmenta, novi bi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma trebao donijeti novine u upravljanju turističkom

destinacijom čiji se razvoj temelji na partnerskim odnosima, poglavito javnog i privatnog sektora. Donošenjem novog Zakona trebalo bi se krenuti u modernizaciju uloge regionalnih i lokalnih turističkih zajednica. Sukladno navedenom turističke zajednice će svoje djelovanje razvijati na način da upravljaju destinacijom za koju su osnovane i to kroz: razvoj partnerskih odnosa svih nositelja turističke ponude u destinaciji s ciljem razvoja zjedničkih proizvoda i zajedničkih aktivnosti promocije na međunarodnom tržištu, čime će se u konačnici osigurati veća konkurentnost destinacije.

Unapređenje konkurentnosti destinacije mora biti ključan cilj novo definiranog sustava DMO.

U 2018. godini TZG Umag je nastavila suradnju s Udrugom privatnih iznajmljivača kroz sufinanciranje podizanja kvalitete usluge na web portalu Udruge.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s Udrugom privatnih iznajmljivača – sufinanciranje portala <i>veljača/travanj</i>		
Ukupni iznos	20.000 kn	30.000 kn

3.3 Potpora razvoju DMK

Prethodni Strateški marketing plan HTZ-a za razdoblje 2010.-2014. je predvidio kreiranje i razvoj sustava DMK-ova kao jedne od ključnih strategija koju je potrebno razviti. Ipak, ova aktivnost do sada nije bila implementirana. S tim u vezi u 2014. godini HTZ je dovršio proces planiranja i programiranja za kreiranje DMK-ova u 2014. godini, što je omogućilo kreiranje jedinstvenih i pamtljivih doživljaja i turističkih paketa posebnih interesa u periodima pred i post sezone na obali i u kontinentalnim destinacijama. Sukladno tome u 2014. godini izradila se lista od 10-tak kandidata odabranih za početak razvoja DMK-ova. Budući da se s projektom krenulo u drugoj polovici 2014. godine suradnja s privatnim lokalnim poslovnim subjektima te lokalnim i regionalnim TZ-ima realizirana je i tijekom 2018. godine, ali planirani seminari u suradnji s TZIŽ nisu realizirani na području TZG Umag.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja HTZ, MINT, TZIŽ, JLS i privatnog sektora <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	0 kn	0 kn

3.4 Razvoj proizvoda

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

Tijekom 2018. godine nastavio se započeti projektni razvoj proizvoda: nogomet, bike, tenis, wellness i gourmet na nivou klastera, a krenulo se i s uvođenjem na tržište i marketiranjem novih proizvoda: hodanje i trčanje.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj proizvoda u 2018. godini iznosio je 1.370.878 kuna, a aktivnosti su u odgovarajućim udjelima sufinancirane od strane dionika i to sukladno interesu dionika bez definiranog ključa.

U 2018. godini TZIŽ nastavila je s implementacijom Operativnog marketing plana TZIŽ 2016-2018, pa sukladno tome u segmentu razvoja proizvoda odnosno doživljaja nastavlja s realizacijom programa 5 High impact PPS Experiences pri čemu je TZIŽ uložila 300.000 kn u operacionalizaciju navedenog programa.

Udio TZG Umag u razvoju proizvoda na nivou klastera i doživljaja na nivou TZIŽ iznosi 675.767 kn.

Realizirane su planirane aktivnosti po navedenim proizvodima te je trošak navedenih aktivnosti u visini planiranih vrijednosti.

3.4.1. Outdoor

Outdoor aktivnosti, a posebno trčanje i pješčenje, postaju sve veći motiv dolaska turista u destinaciju. Klster SZ Istre kao predvodnik trendova u razvoju novih proizvoda i u ovoj turističkoj niši vidi svoju priliku za privlačenjem gostiju u pred i posezoni.

U 2018. godini trasirane su staze i djelomično postavljena signalizacija na pješačke i trkačke staze te grafička priprema karte tih istih staza. Isto tako, cjelokupna ponuda pješačkih i trkačkih staza spremna je za postavljanje na zasebnoj web stranici posvećenoj outdoor aktivnostima na centralnom web portalu klastera.

Ukupni iznos uložениh sredstava na nivou klastera za razvoj outdoora u 2018. godini iznosi 179.250 kn. Udio TZG Umag u razvoju outdoora iznosi 60.664 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom outdoor na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	60.699 kn	60.664 kn

3.4.2 Bike

Vizija projekta je da cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje postane atraktivan i kvalitetno organiziran biciklistički klaster koji nudi kompletan doživljaj, uvjete i usluge u skladu sa potrebama biciklista. Prioritetni ciljevi su povećanje broja noćenja i dolazaka biciklista (grupe i individualci) te produženje turističke sezone (u periodu od ožujka do lipnja te rujna do listopada).

Imajući u vidu navedeno u 2018. godini u segmentu infrastrukture unaprijeđene usluge za bicikliste odnose se na postavljanje Bike service pointova duž umaške rivijere. Obnovljene su i postavljene nove bike table s cestovnim i cikloturističkim stazama.

U promotivnim aktivnostima realizirane su prezentacija proizvoda bike-a bike specijalistima iz inozemstva (Njemačka, Nizozemska, Austrija, Hrvatska) na specijaliziranim sajmovima, radionicama, forumima. Realizirani obilasci i nastupi na specijaliziranim sajmovima: 10 (6 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj), novinari u organiziranom posjetu: 20 (14 iz inozemstva / 6 iz Hrvatske), realizirana je video i foto produkcija proizvoda bike (teme: promo video – Istria Granfondo 2018.), ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar klaster portala, realizirani su materijali kao i reprint bošura . Bike eventi.

Osim navedenog u 2018. je održano 25 rekreativnih biciklijada, a organiziran je i međunarodni biciklistički maraton Istria Granfondo na kojem je u Umagu i Novigradu u dva dana bilo 1.000 biciklista iz 12 zemalja.

TZG Umag je i ove godine sklopio Ugovor o promociji turističke destinacije kroz postavljanje logotipa destinacije na bicikle i stanice u sustavu Park&Ride.

Udio TZG Umag u razvoju bike-a je iznosio 271.601 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom bike-a na nivou klastera <i>kontinuirano</i>	126.900 kn	129.388 kn

Bike signalizacija <i>siječanj/prosinac</i>	40.000 kn	42.221 kn
Održavanje staza <i>kontinuirano</i>	10.000 kn	0 kn
Park&Ride <i>siječanj/prosinac</i>	100.000 kn	100.000 kn
Ukupni iznos	276.900 kn	271.601 kn

3.4.3 Tenis

Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje ima potencijal biti prva destinacija tenisa u Hrvatskoj. Na preko 80 moderno uređenih i održavanih tenis terena klastera nudi se mogućnost igranja tijekom cijele godine.

Cilj projekta je da u periodu pred i posezone (a posebno u periodu ožujak-lipanj) ostvarimo maksimalni broj tenis gostiju obzirom na broj tenis terena koje imamo.

U segmentu prodaje realizirani su Svjetsko prvenstvo veterana u tenisu, GMP i Champions Bowl turniri te po drugi puta u listopadu humanitarni teniski turnir. Nastavljena je foto i video produkcija proizvoda tenis, te ažurirana prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala.

Udio TZG Umag u razvoju tenisa u 2018. godini je iznosio 42.188 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom tenisa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	48.139 kn	42.188 kn

3.4.4 Wellness

Osnovna je prednost ovog segmenta turizma u mogućnosti njegovog izvođenja tijekom cijele godine i u svim vremenskim prilikama. Temeljna postavka za razvoj je postojanje wellness centra, a ona je na području klastera u potpunosti zadovoljena (10.000 m² površina wellnessa, zdrav život, antistres programi).

Vizija projekta je prepoznavanje klastera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje po brojnoj wellness ponudi, razrađenim programima i vrhunskom uslugom usmjerenom na boravak gostiju i korisnika wellnessa kroz duži period godine.

Sukladno navedenom u segmentu promocije realizirani su obilasci i nastupi na specijaliziranim sajmovima: 3 (1 u inozemstvu Tempo libero Bolzano / 1 u Hrvatskoj - Zagreb; dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 15 (11 iz inozemstva i 4 iz Hrvatske); realizirana video produkcija proizvoda wellness; realiziran tisak letaka Wellness Moments.

Osim navedenog u 2018. godini realizirana su dva eventa: Wellness moments i Detox i Relax Days.

Udio TZG Umag u razvoju wellness-a iznosio je 42.146 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom wellnessa na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	42.286 kn	42.146 kn

3.4.5 Gourmet

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

U segmentu promocije realizirane prezentacije i promocije: 6 (2 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj), ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar klaster portala, realiziran je tisak promotivni materijali odnosno letci gourmet manifestacija klastera, realiziran je reprint prezentacijske brošura gourmet proizvoda. U segmentu organizacije eventa ukupno je realizirano 15 eventa između kojih Dani istarskih šparoga, Dani švoja, Dani jadranskih lignji i Dani školjaka.

Udio TZG Umag u razvoju gourmet-a iznosio je 167.098 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s projektnim timom gourmeta na nivou klastera <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	164.085 kn	167.098 kn

4. Komunikacija vrijednosti

4.1 Online komunikacija

U 2018. godini turističke zajednice klastera gradova Umag, Novigrad, Buje i općine Brtonigla nastavile su implementaciju i primjenu zajedničkog vizualnog identiteta i time pokrenule i realizirale niz zajedničkih projekata.

U 2018. godini aktivnosti na području e-marketinga bile su usmjerene prvenstveno prema kreiranju sadržaja na webu, pa je tako napisano 53 nova članka, dodano 1.627 novih fotografija u album te napravljeno pet prezentacijskih videa destinacije.

Realizirana je kampanja „Best of the Northwest“ kojom je napravljena ogromna promocija putem sedam influencera koji su boravili u destinaciji i objavljivali sadržaje na svojim društvenim mrežama.

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

Aktivnosti su sufinancirane od strane dionika prema udjelima u ukupnom broju realiziranih noćenja turističkih zajednica na nivou klastera (a pripadajuće kompanije sufinanciraju turističke zajednice na čijem području imaju smještajne kapacitete).

Turistička zajednica grada Umaga je sufinancirala e-marketing u 2018. godini u iznosu od 227.728 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
www.coloursofistria.com razvoj, održavanje, upravljanje <i>kontinuirano</i> e-promocija / e-projekti <i>kontinuirano</i> SEO <i>siječanj/lipanj</i>	230.000 kn	227.728 kn
TZIŽ - online kampanje <i>kontinuirano</i>	42.288 kn	42.288 kn
Ukupni iznos	272.288 kn	270.016 kn

4.2 Offline komunikacija

PR AKTIVNOSTI

S obzirom na činjenicu da trošak oglašavanja predstavlja vrlo značajnu stavku u ukupnim troškovima, a da raspoloživa sredstva ni u kom slučaju ne zadovoljavaju potrebe vezane uz oglašavačku kampanju, turističke zajednice klastera nastojale su taj manjak sredstava kompenzirati i putem PR aktivnosti na nivou klastera sukladno Marketing planu klastera za 2018. godinu.

Sukladno tome, projektni timovi razvoja proizvoda klastera su u okviru svojih budgeta planirali sredstva za PR agente za hrvatsko, talijansko, njemačko i slovensko govorno područje, te su sukladno planiranom realizirali dovođenja novinara s hrvatskog, talijanskog, njemačkog i slovenskog govornog područja koji su komunicirali razvoj pojedinačnih proizvoda i pripadajućih im eventa na gore navedim emitivnim tržištima. Ukupna marketinška vrijednost tih PR aktivnosti na nivou klastera iznosi oko 500.000 EUR.

Nadalje, dovođenjem domaćih i stranih novinara kroz sustav HTZ-a i poticanje njihova pisanja o destinacijama u klasteru, pri čemu je HTZ podmirivao troškove dolaska, prijevoza i smještaja, dok su županijska i jednim dijelom Turistička zajednica grada Umaga podmirivale troškove vođenja, dodatnih obroka i ostalih troškova, koristile su se usluge tzv. besplatnog marketinga i u 2018. godini.

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umaga izdvojila za dovođenje novinara i PR na stranim tržištima iznosi 72.295 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
TZIŽ - studijska putovanja novinara <i>kontinuirano</i>	31.716 kn	31.716 kn
TZ Umag - promocija na stranim tržištima <i>kontinuirano</i>	50.000 kn	40.579 kn
Ukupni iznos	81.716 kn	72.295 kn

BROŠURE I TISKANI MATERIJAL

Što se tiče tiskanja brošura u suradnji s TZIŽ u 2018. godini TZG Umag je sufinancirala tiskanje brošura po proizvodima u iznosu od 10.572 kn.

Osim navednih brošura koje su se tiskale prema Marketing planu TZIŽ, TZG Umag je zajedno sa ostalim Turističkim zajednicama klastera realizirala tisak MTB i cestovnih bike karata, kalendara događanja klastera kao i vrećica klastera s novim vizualnim identitetom klastera koji je primjenjen na navedenim brošurama i u protekloj godini.

TZG Umag je samostalno tiskao Image brošuru destinacije Umag te redizajn i tisak malog vodiča za destinaciju Umag.

Ukupni iznos uložениh sredstava TZG Umag za tisak klsterskih brošura u 2018. godini iznosio je 44.631 kn. TZG Umag je za potrebe ureda (papirne galanterija) i tisak planova grada, image brošure kao i mapa i vrećica destinacije dodatno utrošila 41.274 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Priprema, prijevodi i tisak brošura <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	233.572 kn	96.476 kn

SIGNALIZACIJA

Klaster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, prvi je klaster Istre kod kojega je došlo do dogovorne primjene marketinškog koncepta koji se oslanja na promociju klastera, definiranjem krovnog branda i zajedničkih vizuala turističkih zajednica i hotelijerskih poduzeća.

Brand klastera koncipiran je na način da se unutar istog svi sudionici marketinga turističkog klastera mogu prezentirati na postojan način, te je želja da u budućnosti i ostali sudionici koji čine turistički proizvod klastera koriste elemente novog branda.

Budući da je u 2018. godini bilo štete na cestovnoj i smeđoj signalizaciji, te da su popisane i definirane sve table dobrodošlice koje je bilo potrebno popraviti/doraditi/prelijepiti nove folije, bilo je potrebno relizirati zamjenu navednih, pa je sukladno tome relizirano 45.000 kn troška.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Zamjena cestovne signalizacije <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	45.000 kn	43.273 kn

4.3 Oglašavanje u promotivnim kampanjama

U modelima oglašavanja u 2017. godini (modeli Ia, Ib, Ic, Avioprijevoz, Destinacijski razvojni projekti), TZIŽ je bila ključna karika koje je objedinjavala interes javnog i privatnog sektora pojedinih destinacija naše regije, posebice prema domaćim i stranim organizatorima putovanja. Sukladno navednom Turistička zajednica Istarske županije je i u 2018. godini, kao i u proteklim godinama, koordinirala procesom objedinjavanja javnog i privatnog sektora u kandidiranju promotivnih kampanja s HTZ-om.

Turistička zajednica grada Umaga sudjelovala je u sufinanciranju oglašavanja prema navedenim modelima u iznosu od 569.757 kn kako je to definirano Strateškim marketing planom čiji je potpisnik.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s TZIŽ na realizaciji promotivnih kampanja (HTZ) <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	569.757 kn	569.757 kn

4.4 Oglašavanje - ostalo

TZG Umag je radi što boljeg informiranja lokalne zajednice o provedbi zacrtanih aktivnosti/projekta/eventa na nivou destinacije Umag sklopila ugovore s lokalnim medijima u kojima je prezentirala navedeno. Osim toga, TZG Umag je u 2018. godini sklopila Ugovor o promociji destinacije Umag kroz isticanje logotipa destinacije na regatnoj jedrilici Umago Shinning, te na autobusu agencije B4Sport Camps, kao i za oglašavanje destinacije u sklopu ATP Croatia Open Umag te HRS. Trošak TZG Umag u ovoj stavci oglašavanja je 878.074 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s lokalnim medijima na realizaciji oglašivačkih kampanja aktivnosti/projekta/eventa destinacije <i>siječanj/prosinac</i>		
Ukupni iznos	985.000 kn	878.074 kn

5. Distribucija i prodaja vrijednosti

5.1 Sajmovi i prezentacije

Promidžbene materijale Turistička zajednica grada Umaga nije slala na sajmove na kojima je bila prisutna Hrvatska turistička zajednica i Turistička zajednica Istarske županije jer se u promo materijalima navedenih institucija nalaze i općeniti podaci o destinaciji Umag. Turistička zajednica grada Umaga je sukladno usvojenim aktivnostima po pojedinim proizvodima u Marketing planu klastera za 2018. godinu na specijalizirane sajmove (kampovi, bike, wellness, gourmet) dostavljala promo materijale preko predstavnika klastera koji su odlazili na navedene sajmove na nama bližim i zanimljivim tržištima (Italija, Austrija, Slovenija i Njemačka).

Kako smo već ranije istakli, suradnja svih relevantnih turističkih čimbenika na području Umaga je neophodna, pa je u tom smislu i Turistička zajednica Grada Umaga sudjelovala na slijedećim sajmovima i prezentacijama:

- Bike, tenis, nogomet, wellness, (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP klastera 2018.)
- Gourmet (u suradnji s Istra D.M.C. na specijaliziranim sajmovima – prema MP klastera 2018.)

Ukupni iznos sredstava koje je TZG Umag utrošila na prezentacije i sajmove u 2018. godini iznosi 19.219 kn. Prezentacije u segmentima outdoor, bike, tenis, nogomet, wellness i gourmet realizirale su se u okviru i veličinama navedenim u Marketing planu klastera za 2018. godinu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Suradnja s privatnim sektorom na realizaciji prezentacija i specijaliziranih sajмова <i>Pred i posezona</i>		
Ukupni iznos	100.000 kn	19.219 kn

5.2 Studijska putovanja

Turistička zajednica Grada Umaga je u suradnji s TZIŽ i Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice sudjelovala u planiranju, organizaciji i realizaciji studijskih putovanja predstavnika inozemnih turoperatora i agencija (češko, njemačko i englesko tržište) koji prodaju kapacitete u Istri/Umagu, ali i u dovođenju specijaliziranih novinara s glavnih emitivnih tržišta.

Edukacijska putovanja agenata u suradnji sa stranim turoperatorima omogućavaju bolji, kvalitetniji i detaljniji uvid u turističku ponudu Istre/Umaga usmjerene su na

postizanje što većeg dosega prema putničkim agencijama koje svoje klijente mogu usmjeravati na naše odredište. Kontinuirana komunikacija s istima od velike je važnosti za izgradnju efikasne prodajne mreže u vidu organiziranih dolazaka gostiju.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Studijska putovanja prodajnih agenta TA/TO u destinaciju Umag/Istra		
Ukupni iznos	50.000 kn	16.303 kn

6. Interni marketing

6.1 Edukacija

Tijekom posljednjih nekoliko godina sustavno se provodi educiranje zaposlenika Turističke zajednice Istre i djelatnika sustava turističkih zajednica gradova, općina i mjesta. Iznimno se važnim smatraju vještine efikasnog vođenja projekata za koje je svaki od djelatnika odgovoran, kao i povećanje svijesti o prednostima tinskog rada. Poseban se naglasak stavlja na razumijevanje procesa i trendova svjetskog turizma. Sukladno tome u 2018. godinu realizirane su sljedeće aktivnosti:

- Seminari vezani uz DMM i razvoj proizvoda
- Seminari vezani uz novi program e-visitor
- Nabavka stručne literature

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Edukacija djelatnika, seminari, benchmark putovanja <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	40.000 kn	12.395 kn

6.2 Koordinacija članova TZ-a

Tijekom 2018. godine održano je 4 (četiri) koordinacije članova odbora klastera u cilju praćenja realizacije Marketing plana klastera za 2018. godinu te veći broj koordinacije direktora klastera TZ-a sukladno ukazanim potrebama. Sastanci su bili vezani i uz jačanje partnerstva privatno-javnog sektora kao i usklađivanju jedinstvene strategije oko pripreme, organizacije i provođenja Marketinškog plana klastera za tekuću godinu.

Koordinacije su se provodile s namjerom postizanja konsenzusa oko ključnih dokumenata potrebnih za normalno odvijanje poslovanja, ali i pronalaženje najboljih oblika suradnje i postizanja učinaka racionalnosti poslovanja.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Sastanci Odbora klastera i direktora TZ klastera <i>kontinuirano</i>		
Koordinacija direktora LTZ-a <i>srpanj</i>		
Ukupni iznos	13.000 kn	8.984 kn

7. Marketinška infrastruktura

7.1 Formiranje baze podataka

U suradnji s TZIŽ provedeno je formiranje baze podataka u kojemu je TZG Umaga sudjelovala s 10.572 kn.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
TZIŽ Formiranje baze podataka <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	10.572 kn	10.572 kn

7.2 Baza fotografija i filmova

Turistička zajednica grada Umaga je izvršila pregled postojećih fotografija i izabrala one koje svojom kvalitetom mogu zadovoljiti kriterije i standarde tražene prilikom izrade odnosno dizajna novih image brošura, te i stavila na korištenje svim zainteresiranim na portal www.coloursofistria.com.

Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za izradu baze fotografija i video filmova u 2018. godini iznosio je oko 50.000 kn. TZG Umag je mimo navedene baze na nivou clustera izdvojila 20.000 kn za vlastite fotografije te 31.716 za sufinanciranje TZIŽ.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Fotografiranje i snimanje <i>kontinuirano</i>	51.716 kn	51.716 kn
Ukupni iznos	51.716 kn	51.716 kn

8. Ostalo

8.1 Amortizacija

U 2018. godini troškovi amortizacije iznose 64.003 kn.

9. Transfer boravišne pristojbe Gradu

Na temelju članka 20. Stavak 3. Zakona o boravišnoj pristojbi (Narodne novine br. 152/2008) i Odluke Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Umaga donesene 13.kolovoza 2013., Turistička zajednica Grada Umaga i Grad Umag zajednički donose program korištenja 30% sredstava boravišne pristojbe naplaćene na svojem području tijekom godine.

Sredstva iz prethodnog stavka predstavljaju prihod proračuna Grada Umaga i koriste se za poboljšanje turističke ponude uređenjem Grada Umaga kao turističke destinacije.

UREĐENJE DESTINACIJE

Uloga Grada Umaga, u smislu jedinice lokalne samouprave i nositelja ukupnog turističkog razvoja Grada kao visokokvalitetne turističke destinacije izuzetno je značajna. Dakle, ovdje ne govorimo samo o komunalnom i hortikulturnom uređenju destinacije već o promišljanju turizma uopće.

Što se pak tiče samog komunalnog i hortikulturnog uređenja izuzetno je bitno da repozicioniranje mjesta Umaga u destinaciju visoke kvalitete smještaja i sadržaja i vrlo visoke ekološke svijesti kvalitativno prati i razvoj komunalne infrastrukture i hortikulturnog uređenja cijele destinacije. S tim u vezi na području destinacije Umag realizirane su slijedeće aktivnosti:

- Održavanje urbane opreme
- Uređenje grada prigodnom dekoracijom
- Manifestacije i projekti u svrhu povećanja turističke ponude
- Organizacija sportskih aktivnosti, turnira i sajma
- Kulturno zabavni ljetni programi
- Sufinanciranje zajedničkih programa i manifestacija

Osim navedenog Grad Umag je u 2018. godini uložio više od 8.500.000,00 kuna sredstva iz drugih vlastitih izvora prihoda za aktivnosti s ciljem poboljšanja turističke ponude kao što je sanacija, održavanje i uređenje plaža i obale, održavanje te uređenje parkova i zelenih površina, dječjih igrališta i urbane opreme.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Uređenje destinacije Umag <i>kontinuirano</i>		
Ukupni iznos	2.491.963 kn	2.582.250 kn