

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA NOVIGRADA – CITTANOVA

PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2020. GODINU

Novigrad, studeni 2019.

SADRŽAJ:**UVOD**

1. Ostvareni turistički promet i predviđanja turističkih kretanja za 2020. godinu

I. PLANIRANI PRIHODI I RASHODI ZA 2020. GODINU**II. ADMINISTRATIVNI RASHODI****III. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada
2. Potpore manifestacijama
3. Razvoj proizvoda

IV. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije
2. Offline komunikacije
3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama
4. Opće oglašavanje

V. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**VI. INTERNI MARKETING****VII. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA****VIII. POSEBNI PROGRAMI****IX. OSTALO****X. TROŠKOVI KREDITA****XI. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU****XII. ZAKLJUČAK**

UVOD

2020. godina je za hrvatski turistički sustav vrlo značajna zbog novih zakonodavnih izmjena koje stupaju na snagu početkom godine. Jedna od važnih novina je svakako novi način određivanja visine turističke pristojbe koji se provodi već ove godine jer odluku o visini TP više ne donosi Sabor, već županijska skupština, uz mišljenje lokalnih turističkih zajednica. Tako je u kolovozu ove godine dostavljeno mišljenje TZ Novigrada-Cittanova o visini TP za 2020. godinu, koju je županijska skupština usvojila. Kroz novi zakonodavni okvir, definirana je preraspodjela dodatnih 2% sredstava TP za projekte i programe udruženih turističkih zajednica, uz postojećih 3,5% sredstava za nerazvijena područja od ukupno uplaćene turističke pristojbe. Unutar sustava turističkih zajednica, kroz dodjelu dodatnih financijskih sredstava iz Fonda za udružene turističke zajednice potaknuti će se udruživanje što će dovesti do financijske održivosti i kvalitetnijeg tržišnog nastupa cijelog turističkog područja.

S ciljem podizanja svijesti o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, želi se utjecati na povećanje potražnje za hrvatskim turističkim proizvodima, te povećanje turističkog prometa i opće potrošnje. Kako ističu iz HTZ-a, uspostaviti će se suradnja s partnerima iz turističke industrije te će strateške promotivne kampanje realizirati u suradnji s organizatorima putovanja za Hrvatsku koji pojačavaju svoje programe ili proširuju period operacija u predsezoni i posezoni s tendencijom daljnjeg rasta.

U narednom razdoblju još veći fokus bit će na jačanju prepoznatljivosti na svjetskom tržištu koristeći različite kanale za promociju najvećih turističkih aduta Hrvatske kao što su zdravstveni, gastro i nautički turizam.

Iduća godina posebno je značajna za Hrvatsku i zbog dva velika događanja u koje je uključeno Ministarstvo turizma zajedno s Hrvatskom turističkom zajednicom, a to su predsjedanje Hrvatske Vijećem EU i nastup na svjetskoj izložbi EXPO Dubai koja će se nastojati maksimalno iskoristiti za promociju Hrvatske u Europi i svijetu.

Hrvatska turistička zajednica u svom programu rada za sljedeću godinu ističe aktivnosti promocije tijekom koje će cilj biti zadržavanje konkurentne pozicije hrvatskog turizma na europskim tržištima, ali i daljnje pozicioniranje naše zemlje u Kini, SAD-u, Australiji, Kanadi, Koreji, itd. Pritom će se provoditi ključne marketinške i PR kampanje, nastupati na najvažnijim svjetskim sajmovima, organizirati posebna događanja i radionice, a u promotivne svrhe iskoristit će se velika međunarodna događanja kao što su Rijeka Europska prijestolnica kulture, Europsko nogometno prvenstvo, Olimpijske igre u Tokiju i Expo Dubai. Dodatno, HTZ će provoditi marketinške i PR aktivnosti kroz poticanje velikih turističkih inicijativa kao što su najveće višednevne sportske i druge zabavne manifestacije koje su u funkciji podizanja atraktivnosti i prepoznatljivosti ukupne turističke ponude Hrvatske.

Sukladno smjernicama županijske turističke zajednice, Istra će se u 2020. godini fokusirati na nove motive dolaska, na medijsku uvažnost Istre koja je u proteklim godinama dobila velika međunarodna priznanja, te na megaprojekte za dodatnu afirmaciju i promociju Istre.

Program rada za 2020. godinu predstavlja kontinuitet strateškog pozicioniranja i jačanja branda Istre na inozemnom turističkom tržištu, dok će klasteri predstavljati važnu kariku na lokalnoj 'mikro' razini sa svojim diferenciranim iskustvima kojima će obogatiti ponudu istarskih doživljaja.

Važna je stoga uloga Turističke zajednice Istarske županije da zajedno s ustrojem lokalnih TZ-a, privatnim sektorom i drugim interesnim skupinama na ciljnim tržištima, posebice novima, komunicira promjene, nove proizvode i motive dolaska te pozicionira Istru kao poželjnu lifestyle destinaciju.

Kao temeljne smjernice za izradu Programa rada Turističke zajednice grada Novigrada-Cittanova poslužile su aktivnosti redefiniranja turističke ponude Novigrada, odnosno održani sastanci i radionice s dionicima turističke ponude grada te zaključci proizašli iz navedenih aktivnosti, kao i analiza stavova turista i njihovog zadovoljstva trenutnom turističkom ponudom Novigrada. Osim toga, za izradu plana aktivnosti poslužili su

realizirani projekti u proteklim godinama, smjernice Marketing plana klastera za 2020. godinu i nacrt Programa rada Turističke zajednice Istarske županije za 2020. godinu. Program se temelji na zakonskim aktima, ostvarenim rezultatima u 2019. godini, stanjem na emitivnim tržištima i procjenama turističkih kretanja u 2020. godini.

Program rada Turističke zajednice grada Novigrada-Cittanova za 2020. godinu dio je sveobuhvatnog plana razvoja turističke destinacije Istre, te je kao takav usklađen s osnovnim smjernicama i postavkama strategije razvoja turizma RH za razdoblje 2014.-2020. godine, Master plana razvoja turizma Istre 2015.-2025. te Strateškog marketing i operativnog plana Istre do 2020.

Sljedeće godine turističke zajednice klastera nastavljaju suradnju prema modelu zajedničkog djelovanja glavnih sudionika, u cilju jačanja njegove pozicije na turističkom tržištu. Kako bi se realizirao ovaj cilj, definirane su smjernice zajedničkog operativnog Marketing plana klastera za 2020. godinu koji sadrži aktivnosti za daljni razvoj i promociju definiranih proizvoda biciklizam, gourmet, outdoor, tenis, nogomet i wellness. Prijedlog sufinanciranja naveden je u nastavku ovog dokumenta. Sukladno novim zakonskim odredbama, očekuju se financijska sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice za zajedničke projekte klastera.

U cilju jačanja brenda Istre, TZ Novigrada će uz ostale turističke zajednice i hotelske kompanije u Istri financijski podržati i sudjelovati u aktivnostima za promociju Istre kroz udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama koje provodi HTZ i TZIŽ, odnosno u sufinanciranju strateških projekata s HTZ-om među kojima su i avioprijevoznici, zatim sufinanciranje portala destinacije Istra i cijele platforme društvenih mreža, te u implementaciji novih proizvoda i novog krovnog komunikacijskog koncepta. Osim toga, nastaviti će se s aktivnostima intenziviranja samostalne promocije Istre, a samim time i Novigrada (kroz PR, viralne kanale, posebne prezentacije, direktno oglašavanje itd.).

Plan aktivnosti za 2020. godinu ima za cilj povećati vidljivost i kvalitetu turističke ponude Novigrada kroz modifikaciju postojećih i uvođenje novih sadržaja i proizvoda koje je potrebno predstaviti i promovirati na bazi novog destinacijskog brenda. Iz tog je razloga ove godine započet proces kreiranja marketinške strategije Novigrad kako bi se dobile smjernice i preporuke za kvalitetno pozicioniranje Novigrada i jačanja konkurentnosti na turističkom tržištu. S ciljem diverzifikacije i jačanja kvalitete turističke ponude, nastaviti će se s novim konceptom gastro manifestacija za vrijeme pred i posezone kao i s novim konceptom ljetnih manifestacija koji će objediniti i unaprijediti postojeća događanja i koji će imati krovni naziv.

1. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET I PREDVIĐANJA TURISTIČKIH KRETANJA ZA 2020. GODINU

2019. godina bila je jako uspješna za hrvatski turizam i ostvareni su odlični rezultati jer je dva mjeseca ranije premašen turistički promet ostvaren u cijeloj prošloj godini. Do kraja studenog Hrvatska je realizirala nešto više od 20,3 milijuna dolazaka (+5%) i gotovo 107.8 noćenja (+2%). U dosadašnjem dijelu godine najviše noćenja ostvareno je s tržišta Njemačke, Hrvatske, Slovenije, Austrije, Poljske, Italije, Češke i Velike Britanije, dok je, gledajući po destinacijama, najviše noćenja ostvareno u Dubrovniku, Rovinju, Poreču, Splitu, Medulinu i Umagu. Promatrajući rezultate ostvarene po vrsti smještaja, najviše noćenja je ostvareno u objektima u domaćinstvu (38,8 milijuna noćenja), hotelima (24,4 milijuna noćenja) i kampovima (18,8 milijuna noćenja).

Iako će sljedeća godina biti zahtjevna, predviđanja su pozitivna, a primarni cilj bit će zadržavanje konkurentne pozicije Hrvatske u Europi, ali i daljnje pozicioniranje na novim dalekim tržištima.

Novigrad je ove godine također ostvario odlične rezultate s rekordnim brojkama. U 11 mjeseci zabilježeno je 228.300 dolazaka, 3% više nego lani, te rekordnih 1.326.700 noćenja, 2% više.

Kao i svake godine, nabrojniji gosti su ponovo bili Slovenci, sa zabilježenih 65.500 dolazaka i 404.700 noćenja (-4%), slijede ih Austrijanci s 48.330 dolazaka i 225.000 noćenja (+2%) te gosti iz Njemačke koji su realizirali 47.860 dolazaka i 315.360 noćenja (+8%). U cijelom razdoblju, kod gotovo svih top 10 emitivnih tržišta zabilježen je porast broja gostiju, a domaćih gostiju bilo je više za čak 12%. Negativan promet ostvarili su gosti iz Italije (-2%), Nizozemske (-5%) i Poljske (-1%).

Prema vrsti smještajnog kapaciteta, ove je godine ostvaren rast turističkog prometa u svim komercijalnim objektima za smještaj pa je tako u kampovima zabilježen rast prometa od 3%, u hotelima rast od 1%, u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (pansioni, bungalovi i dr.) rast od 9% te u objektima u domaćinstvu rast od čak 10%, zbog porasta broja kreveta u ovoj kategoriji. Nekomercijalni smještaj je nakon nekoliko godina rasta zabilježio pad od 5% noćenja.

Sukladno očekivanim rezultatima za 2020. godinu, realizacija sezone, tržišta te marketinška komunikacija očekuju se kako slijedi:

- Realizacija fizičkog obujma prometa na razini 2019. godine;
- Povećanje dolazaka i noćenja u pred i posezoni s fokusom na tržišta iz Njemačke, Austrije i Italije;
- Kontinuitet u pozicioniranju Novigrada kao kvalitetne *butique* destinacije;
- Kontinuitet u kreiranju evenata kao motiva dolaska u destinaciju (gastro i sportske manifestacije);
- Fokus na PR aktivnosti i e-marketing;
- Fokus na doživljajne manifestacije;
- Razvoj ključnih proizvoda i jačanje njihove pozicije na tržištu.

I. PLANIRANI PRIHODI I RASHODI ZA 2020. GODINU

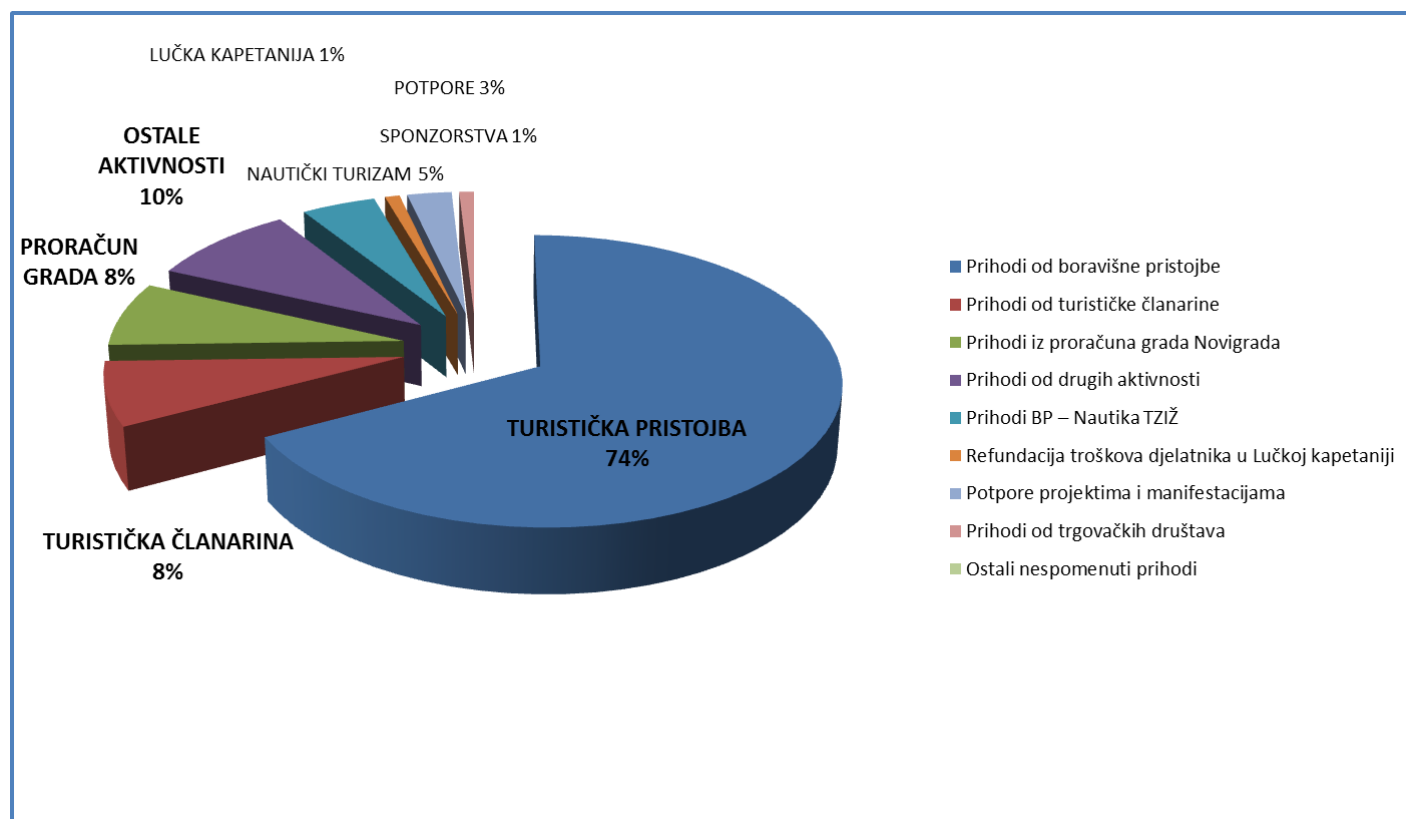
Sukladno novom Pravilniku o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe koji je stupio na snagu ove godine, prema kojem Odluku o visini turističke pristojbe za 2020. godinu donosi županjska skupština, visina TP se uglavnom nije mijenjala u odnosu na ovu godinu, obzirom da je TP ove godine već povećana za komercijalni smještaj. Povećan je iznos TP za nekomercijalni smještaj, odnosno za vlasnike kuće i stanova za odmor koji će godišnji paušal plaćati po 200 kn za prvog i drugog člana umjesto dosadašnjih 60 kn, dok će svaki sljedeći član plaćati 100 kn umjesto dosadašnjih 25 kn. Zbog izmjene Zakona o turističkoj pristojbi koji stupa na snagu od 1.1.2020. i koji produžuje razdoblje glavne turističke sezone od 1.4. do 30.9. (do sada bilo 1.6.-30.9.) te zbog ukidanja razdoblja izvansezona, TZG Novigrada-Cittanova planira u sljedećoj godini povećanje ukupnih prihoda od 4%, odnosno povećanje prihoda od turističke pristojbe za 4% u odnosu na očekivano ostvarenje u 2019. godini. Naime, stupanjem na snagu novog Zakona o turističkoj pristojbi, visina TP može se odrediti na najviše dva sezonska razdoblja, s tim da jedno sezonsko razdoblje traje od 1.4. do 30.9. tekuće godine. Novina je i da su se razredi turističkih mjesta ukinuli.

Prijedlog prihoda zasniva se na procjeni zakonom utvrđenih izvora prihoda (boravišna pristojba i članarina), iznosu sredstava planiranih u Gradskom proračunu, te očekivanih prihoda potpora manifestacija od strane TZIŽ, HTZ-a te trgovačkih društava za sponzorstva. U najvećem obujmu planirani su prihodi od boravišne pristojbe u iznosu od 4,7 milijuna kuna, što predstavlja 74% od ukupno planiranih prihoda i povećanje od 4% u odnosu na očekivanu realizaciju iz 2019. godine. Turistička članarina za 2020. godinu planirana je u iznosu od 530.000 kn što je na nivou očekivanog ostvarenja u 2019. godini, a čini 8% od ukupno planiranih prihoda. Prihodi od proračuna Grada Novigrada planirani su s iznosom od 480.000 kn, za sufinanciranje manifestacija *Maškare, Fešta Sv. Pelagija* i *Sv. Ivana Krstitelja*, za otkup nagrađenog rada za *Slikarski ex tempore*, za

Čarobni Novigrad, za nogometni turnir *Istria Youth Cup* te za ostale manifestacije i projekte. Prihodi od drugih aktivnosti planirani su u iznosu od 620.000 kn, a zastupljeni su sa 10% od ukupno planiranih prihoda. Ovi se prihodi odnose na boravišnu pristojbu od nautičkog turizma s iznosom od 300.000 kn, isto kao i ove godine, zatim na prihode od refundacije troškova zaposlenih djelatnika u Lučkoj kapetaniji ispostava Novigrad, s iznosom od 55.000 kn, na prihode za potpore projektima i manifestacijama u iznosu od 215.000 kn te na prihode od sponzorstva trgovačkih društava u iznosu od 50.000 kn, dok su prihodi od ostalih aktivnosti planirani s iznosom od 10.000 kn. Ukupni iznos planiranih prihoda za 2019. godinu iznosi 6.340.000 kn.

Rashodi su planirani maksimalno racionalno, polazeći od obveze ispunjavanja novih zakonskih zadaća turističke zajednice i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja raspoloživih sredstava. Sve stavke s planiranim iznosima detaljnije su opisani u nastavku Programa rada.

Grafikon 1: Struktura planiranih prihoda



II. ADMINISTRATIVNI RASHODI

U administrativne rashode svrstani su svi poslovi ureda turističke zajednice i turističko-informativnog centra, te ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada TZ-a.

Turistički ured će tijekom 2020. godine efikasno obavljati sve stručne i administrativne poslove TZ-a sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji je usvojen u svibnju ove godine. Sukladno tome, Ured TZ-a provodit će sve potrebne poslove za pripremu novog statuta TZ-a, novih pravilnika i ostalih akata, kao i poslovi za ostvarenje programa rada TZ-a za 2020. godinu.

Direktor Turističkog ureda tijekom 2020. godine zastupat će TZ, organizirati i rukovoditi radom i poslovanjem Turističkog ureda, provoditi odluke Turističkog vijeća i biti odgovoran za poslovanje i zakonitost rada Turističkog ureda poštujući odredbe Statuta TZ-a.

Troškovi administrativnih rashoda raspoređeni su kako je navedeno u Financijskom planu za 2020. godinu, a u odnosu na 2019. godinu nema odstupanja.

- **Rad tijela Turističke zajednice grada Novigrada-Cittanova**

SKUPŠTINA TZ - tijekom 2020. godine planira se održavanje dvije redovne sjednice Skupštine i jedne osnivačke sjednice s obzirom na novi zakon. Sjednice će za dnevni red imati zakonom propisane zadaće koje Skupština TZ-a mora obavljati (čl. 33. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma - NN 52/19). Novost je da će Skupština turističke zajednice obavljati stručni nadzor nad radom turističke zajednice sukladno svojim ovlastima iz članka 16. novog Zakona jer se ukida tijelo nadzornog odbora. Nadzor će kao i do sada uključivati vođenje poslova turističke zajednice, materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima TZ-a te izvršenje i provedbu programa rada turističke zajednice. Skupština turističke zajednice može povjeriti neovisnom revizoru obavljanje nadzora na temelju odredbi novog zakona, a sukladno odredbama posebnih propisa kojima se uređuje rad neovisnih revizora. Neovisni revizor zatim podnosi skupštini turističke zajednice izvješće o utvrđenom stanju.

TURISTIČKO VIJEĆE TZ - tijekom 2020. godine planira se održavanje najmanje četiri sjednice u kojima će se usvajati odluke i zakonom propisane zadaće koje Turističko vijeće TZ-a mora obavljati (čl. 18. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma - NN 52/19).

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
894.635 kn	954.919 kn	959.500 kn

III. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Dizajn vrijednosti sadrži sve aktivnosti za unapređenje proizvoda, organizacije i održavanja svih planiranih manifestacija, očuvanje i stvaranje prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i aktivnosti koje imaju za cilj pozicioniranje Novigrada u destinaciju visoke kvalitete smještaja i sadržaja, ali i visoko ekološke svijesti koja kvalitativno prati i razvoj komunalne infrastrukture i hortikulturnog uređenja cijele destinacije.

Planirana sredstva za ovu stavku veća su za 12% u odnosu na očekivanu realizaciju 2019. godine a čine 47% ukupnih rashoda.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
2.381.420 kn	2.689.246 kn	3.014.179 kn

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Uređenje i bolje korištenje resursa javnih površina ima poticajnu ulogu u razvoju turizma. Iz tog se razloga u zadnjih nekoliko godina ulagalo u uređenje novigradskih plaža, što je bilo prijeko potrebno. S ciljem unapređenja kvalitete i standarda urbanog prostora u starom gradu, u suradnji s Gradom, za 2020. godinu je u planu financijska potpora za uređenje starogradske jezgre. Uredile bi se, odnosno popločile dvije ulice, kao što je ove godine to učinjeno u ulici Zidine. Ukupno se za ove investicije planira utrošiti 300.000 kn, dok će se 20.000 kn utrošiti za potporu projektu suzbijanja populacije galebova i 30.000 kn za uređenje interijera Lučke kapetanije.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
310.000 kn	320.000 kn	350.000 kn

2. Manifestacije

Prijedlog programa manifestacija za 2020. godinu temelji se na novom konceptu gastro manifestacija u razdoblju pred i posezone, te na novi koncept događanja tijekom glavne sezone. Ovaj prijedlog proizašao je iz dokumenta koji je predstavljen ove godine, *Definiranje turističke ponude Novigrada*.

U travnju započinje program zabavnih manifestacija s već tradicionalnim programom za Uskrs. Obilježavanje Dana planete zemlje sredinom travnja uz program eko akcija čišćenja podmorja, obogatio bi se pješačkim pohodom s kojim smo započeli ove godine. Program zabave i glazbe na novigradskom trgu započeo bi već krajem travnja i jedno bi se izdanje održalo i u svibnju, uz već tradicionalne manifestacije (*Prvomajski piknik, Novigrad u folkloru* i dr.). U lipnju se tradiciionalno održavaju *Večer novigradske kapešante, Slikarski ex tempore, Čarobni Novigrad, Fešta Sv. Ivana Krstitelja* te *Parkfest*.

Novi koncept ljetnih manifestacija bazira se na repetitivnosti sadržaja koji su se pokazali kao uspješnima (Kids' day, jazz večeri, projekcije filmova u parkovima, tribute koncerti, itsl.) tijekom glavne sezone. Prijedlog održavanja ovog ljetnog koncepta obuhvaća vremenski period od sredine lipnja do sredine rujna. Program je zamišljen kao potpora postojećim događanjima i programima koji nemaju repetitivni karakter, a za cilj ima povećati vidljivost i kvalitetu turističke ponude Novigrada uz prihvatljive troškove realizacije kroz unaprijeđenje postojećih događanja te objedinjavanje i promociju svih događanja uz jedinstveni krovni naziv. Također, ovaj koncept za cilj ima i uključivanje što većeg broja lokalnih turističkih dionika (ugostitelji, pružatelji smještaja, organizatori zabavnih sadržaja) kako bi zajednički sudjelovali u promociji Novigrada kao odredište koje objedinjava elemente obiteljskog odmora (sunce i more) s brojnim sadržajima (zabava, kultura i rekreacija). Istovremeno, zajedničkim djelovanjem, stvaraju je preduvjeti za veću potrošnju gostiju tijekom ljetnih mjeseci.

U konačnici, program bi pokrивao 5 od 7 dana u tjednu, a obuhvaćao bi sljedeće sadržaje i manifestacije: Novigradske filmske noći **Movie nights**, predstavljaju filmske projekcije na otvorenom koje se prikazuju u Parku Novigradske biskupije. U samom centru grada, na korak od mora, pod visokim borovima, ljubitelji sedme umjetnosti, ali i svi oni koji žele provesti jednu ugodnu i opuštenu večer, moći će uživati u hit naslovima recentne filmske produkcije, pa i ponekom filmskom klasiku, uz vrhunsku kvalitetu slike i zvuka za jedinstveno iskustvo „filma pod zvijezdama“.

Ljubitelji glazbe na svoje će doći i kroz već dobro poznati i prihvaćeni ciklus koncerata u Prolazu Boška Petrovića, kojeg je ovaj legendarni glazbenik za života prozvao „Jazz corner of Istria“, pa otuda i naziv manifestacije – **Live@Jazz Corner**. Na maloj pozornici smještenoj na ovom simpatičnom, tipično mediteranskom, izrazito akustičnom trgiću podno gradskih zidina, nastupiti će vrhunski glazbenici, te publici zasigurno priuštiti nesvakidašnji glazbeni doživljaj.

Koncertne večeri za zabavu i druženje uz glazbu na Velikom trgu, popularnoj Piazzu Grande, održati će se kroz niz manifestacija koje nose naziv **Piazza Grande music nights**. U svakom će izdanju na središnji gradski trg dovesti glazbene izvođače koji će vrelu ljetnu atmosferu podići na još višu razinu. Plesni ritmovi, popularne melodije i dobre vibracije koje odašilje glazba, glavnom su poveznicom ovog zabavno-glazbenog programa, na kojem će Piazza Grande plesati i zabavljati se uz razne izvođače, plesne grupe i programe uz degustacije istarskog vina koje će nuditi novigradski vinari.

Dan rezerviran za zabavu za cijelu obitelj, posebice djecu - **Kids' day**, starogradsku jezgru Novigrada nakratko će pretvoriti u mjesto mašte i čarolije uz večernje nastupe uličnih umjetnika, akrobata, performera, ulične predstave za djecu i druge sadržaje. Grad poznat (i) po svom Festivalu uličnih čarobnjaka *Čarobni NoviGrad*, koji se održava sredinom lipnja, dio te ulične čarolije prenosi i u ljetnim mjesecima koji slijede, na radost mnogih, a posebno – naravno – onih najmlađih.

Sljedeće godine neće izostati ni **Glazba na svakom kutku**, glazbena animacija uz nastup klape, vokalnog ansambla, manjeg sastava na akustičnim instrumentima i drugih sličnih glazbenih skupina koje tijekom večeri

nastupaju na nekoliko različitih lokacija u starogradskoj jezgri Novigrada (Veliki trg, Prolaz Venecija, Mandrač, Porporela...) i tako prenose ugođaj mediteranskog gradića u kojem se glazba čuje „na svakom kutku“.

Krajem srpnja u atriju novigradske zajednice Talijana održat će se još jedno izdanje Wine, food & beer festa **Che gusto**, na kojem će se ljubitelji dobre hrane i pića družiti s proizvođačima iz Hrvatske, Italije i Slovenije. **Astro party Lunasa** će u sam centar povijesne jezgre donijeti dašak romantike i mistike, te uobičajene sadržaje – od klasičnog koncerta uz zalazak sunca, preko znanstveno-popularnih predavanja u znaku astronomije, mistike i mitologije, sve do dječjih predstava, scenskih performansa i glazbenih nastupa. Sve to bit će začinjeno posebnom atmosferom uz ugašenu javnu rasvjetu, svjetlo baklji i svijećica, te impozantne video projekcije na gradskom zvoniku. Treća subota u srpnju tradicionalno donosi **Slovensku noć**, mozaični kulturno-zabavni program u znaku hrvatsko-slovenskog prijateljstva, uz nastupe limene glazbe i mažorekinja, folklornih skupina, druženje likovnih umjetnika, te program zabavne glazbe, sve uz gastronomsku ponudu, mali sajam domaćih proizvoda te ponudu craft piva. Osim kroz *Movie nights*, kao tradicionalan sadržaj u okviru ljetnog programa, filmske projekcije na otvorenom u Parku Novigradske biskupije dolaze početkom kolovoza i u okviru suradnje s Motovun film festivalom. **Novo kino Novigrad** tako će tijekom tri dana filmoljupcima prikazati isto toliko naslova iz programa MFF-a. U drugoj polovici kolovoza novigradski muzej Lapidarium priprema tradicionalni festival vizualne umjetnosti, **Arteriju**, a vrijeme je to i za tradicionalni posjet sajma hrvatskih proizvođača pod nazivom **Domaće je najbolje**.

Kraj kolovoza u Novigradu uobičajeno će biti u znaku proslave **Dana grada i gradskog zaštitnika Svetog Pelagija**. Novigradani će tim povodom prirediti bogat višednevni program u znaku zabave, glazbe, kulture, sporta i gastronomije, od 27. do 30. kolovoza. Cijela će starogradska jezgra tih dana biti mjestom dobre zabave i feštarske atmosfere, uz čak četiri glazbene pozornice, 15-ak izvođača, gastronomsku ponudu duž cijele gradske rive, te mnoge druge sadržaje koji će uistinu biti dostojan grand finale intenzivnog srpanjskog i kolovoškog programa događanja.

Uz sve navedeno, u planu je i **ciklus koncerata klasične i druge glazbe u obnovljenoj lođi Belveder**, u suradnji s Katerdom čakavskog sabora za glazbu Novigrad.

Za što bolju informiranost, vidljivost i promociju mnogobrojnih događanja, potrebno je osmisliti dobre i razumljive nazive te izraditi vizualni identitet cijelog koncepta manifestacija.

Troškovi ovog koncepta ljetnih manifestacija sadržani su u stavci zabavnih manifestacija financijskog plana, izuzev nekolicine spomenutih manifestacija koje su pojedinačno navedene po ostalim stavkama (*Che gusto*, *Novo Kino Novigrad*, *Arterija* i dr.). Ukupni troškovi zabavnih manifestacija povećani su za 9% u odnosu na očekivano ostvarenje od ove godine te planirani su s iznosom od 1.412.000 kn te su zastupljene sa 22% od ukupno planiranih rashoda.

U okviru svake tematske grupe, TZ će organizirati ili financijski podržati one manifestacije i projekte koji mogu doprinijeti razvoju prioritetnih proizvoda, ali i ostale aktivnosti koje mogu obogatiti i diverzificirati turističku ponudu destinacije (*Čarobni Novigrad*, *Parkfest*, *Novigrad u folkloru*, itd.).

Od kulturnih manifestacija u organizaciji ili suorganizaciji TZ-a, planiraju se podržati tradicionalne manifestacije kao što je *Foto i Slikarski ex-tempore*, *Novo Kino Novigrad*, *Novigrad u folkloru*, *Istria Folk Fest* (nastupi međunarodnih folklornih skupina) te *Glazbene večeri u lođi Belveder*. Ukupni troškovi kulturnih manifestacija veći su za 37% u odnosu na očekivano ostvarenje od ove godine i iznose 97.000 kn.

Značajna sredstva biti će uložena za sufinanciranje sportskih manifestacija jer će sljedeće godine Novigrad biti domaćin velikog broja sportskih natjecanja. Od novih događanja, planira se potpora za plivački maraton **Alpen Adria Swim Cup** (16.5.2020.) u organizaciji sportskog kluba iz Klagenfurta (Austrija). Osim toga, u planu je i **nova regata** u suradnji s jedriličarskom udrugom *Lega Navale Italiana di Trieste*, jednom od

najstarijih nautičkih udruga u Italiji koji su ove godine obilježili 100 godina postojanja. U planu sportskih manifestacija su prvi put izdvojena sredstva za postojeću biciklističku utrku **Prvomajski MTB Maraton**, uz ostale tradicionalne sportske manifestacije: *Istria Youth Cup*, *Istria Granfondo Family & Gourmet Tour* (listopad), *Novigrad-Cittanova Run* (listopad), regata *Transadriatica* (lipanj), *Cheer Leading Camp* (studeni), te ostala sportska događanja. Ukupni troškovi za navedene sportske manifestacije iznose 392.000 kn i manji su za 11% u odnosu na očekivano ostvarenje od ove godine.

Od gastro manifestacija, u sljedećoj godini u planu je sadržajno i konceptijski osvježiti *Gnam-gnam Fest*.

Novi koncept gastro manifestacija za cilj ima neka od izdanja GGF-a osmisлити i realizirati po novom konceptu, sličnom onom manifestacije *Wine & Walk*, s time da bi se cijela „šetnja“ odvijala unutar starogradske jezgre. Novi koncept imao bi disperzificirane lokacije na kojima bi se nudila eno-gastronomska ponuda određene namirnice raznih ugostiteljskih objekata te vinara, ali i craft pivovara. Procjena je da bi novi konceptijski refresh oba izdanja GGF-a bio prezahtjevan (financijski i operativno), pa je namjera na taj osvježeni način organizirati (za sada) izdanje *Sardelafesta* u rujnu. Riječ je o terminu kada je u destinaciji ionako prisutan veći broj gostiju, obzirom da je za novi disperzirani koncept važna i dobra posjećenost, kako bi on došao do izražaja. S druge strane riječ je o eventu u znaku namirnica koje su poprilično zahvalne upravo za taj koncept tematskog festivala, kakvog namjeravamo organizirati.

Ove godine je već napravljen kvalitetan iskorak s organizacijom novog gourmet eventa **Park Food Fest** koji je održan početkom listopada i koji je oduševio brojne posjetitelje, ali i same ugostitelje, vinare i pivare koji su sudjelovali u manifestaciji. U sljedećoj godini namjera je, uz nadogradnju sadržaja, održati dva termina: početkom svibnja i listopada. Događanje je zamišljeno kao cjelodnevna manifestacija, od ranih popodnevnih do kasnih večernjih sati u Parku novigradskih ribara, na samom ulazu povijesne jezgre, uz staru gradsku lučicu Mandrač. Tijekom dana nuditi će se tipična istarska jela od sezonskih namirnica (ribe, školjke, sipe, lignje, šparoge, tartufi i dr.), pri čemu su jela osmišljena kao kombinacija istarske tradicijske gastronomije i novog, globalno popularnog street food trenda. Jela će se nuditi u moderno i decentno uređenim festivalskim „kućicama“, kod nekoliko ugostiteljskih objekata, gourmet partnera eventa. Tijekom dana, u više navrata odvijati će se show cooking programi, u okviru kojih će svoje kulinarske vještine demonstrirati neki od najpoznatijih chefova i vlasnika restorana sjeverozapadne Istre. Sa svojom ponudom vina sudjelovati će neki od najboljih vinara sjeverozapadne Istre, kao i istarski proizvođači craft pive. Event je moguće realizirati kao jednodnevnu ili višednevnu (2 ili 3 dana) vikend manifestaciju. U prilog višednevnom eventu ide činjenica kako je najam većeg dijela logistike i opreme isti ili sličan za 1 ili 2-3 dana, pa se sva potrebna oprema i logistika na raspolaganje može dobiti za isti (ili zanemarivo veći) novac. U svakom slučaju, kada se već angažira sva ta logistika i oprema, provedu sve marketinško-promotivne aktivnosti, itd, bilo bi donekle šteta sve te resurse usmjeriti u (samo) jedan dan eventa. Za očekivati je i da bi dio partnera u dijelu ponude hrane i pića moguće više zanimao event koji traje 2-3 dana, kada već pripremaju „izlazak na teren“. S druge strane, višednevni event iziskivao bi veći trošak popratnih sadržaja (glazbena i druga animacija), dijela servisnog osoblja, tehničkog suporta itd.

Od ostalih gastro manifestacija, planira se održavanje manifestacija *Wine & Walk by the sea* (26.9.) i potpora za event *Che gusto – Wine, Beer & Food Festival*, u organizaciji podružnice Slow Food Istria i zajednice Talijana Novigrad. U planu je i organizacija novog gastronomskog eventa, odnosno posebne gourmet večere koja bi u fokusu imala gostovanje poznatih chefova iz Hrvatske i inozemstva, u cilju dodatne afirmacije Novigrada kao visokokvalitetne gastro destinacije. Također, planirana su i manja sredstva za potporu manifestacija *Dani gljiva* i *Dani jabuka*. Ukupno planirana sredstva za realizaciju gastro manifestacija iznose 308.000 kn i veća su za čak 110% u odnosu na 2019. godinu.

Za eko akcije te ostale manifestacije (Uskrs uz glazbu, gostujući orkestri i sl.) planiraju se približno ista sredstva kao i za 2019. godinu.

TZ će sljedeće godine sufinancirati i manje projekte za realizaciju mini događanja u koje se uključuje zajednica, kao što su potpora DV Tičići za nabavku novigradske nošnje za dječji folklor, potpora DV Girasole za održavanje Mini slikarskog Ex tempore natječaja, tisak i promocija projekta *Novigrad card*, te ostale projekte koji su udovoljili kriterijima prilikom Javnog poziva za sufinanciranje projekata i manifestacija. U stavci potpora projektima i manifestacija navedena je i potpora za TZIŽ - kreiranje 5 iskustava velikog utjecaja u PPS-u, odnosno kreiranju privlačnog sadržaja selektivnog i komplementarnog portfelja vrhunskih iskustava, koji se mogu promovirati na emitivnim tržištima kako bi se privuklo više turista u Istru tijekom pred i posezone.

Pri odabiru manifestacija i projekata od značaja za novigradski turizam i njegovu promociju koje motiviraju potencijalne turiste za dolazak u destinaciju, TZ će u obzir uzeti i kriterije kao što su termin održavanja događanja za vrijeme pred i posezone, nazočnost u medijima u inozemstvu i tuzemstvu, prisutnost i udio u sponzorstvu domaćih i stranih sponzora, zatim tradiciju i višegodišnje uzastopno održavanje manifestacije te ostale čimbenike kojima će se promovirati naša destinacija.

Projekti i manifestacije kojima će se dati potpora odabrat će se sukladno kriterijima koje odredi Turističko vijeće TZ grada Novigrada-Cittanova. Odluku o izboru projekata i visini potpora donijet će Turističko vijeće TZG Novigrada-Cittanova.

Ostvarenje 2018.

Očekivano ostvarenje 2019.

Plan 2020.

1.816.585 kn

2.018.484 kn

2.291.310 kn

3. Razvoj proizvoda

Stavka razvoja proizvoda obuhvaća proizvode koje razvijamo na nivou klastera, odnosno razvoj destinacijskih proizvoda koji se odnosi na biciklizam, tenis, nogomet, wellness, gourmet i outdoor. U 2011. godini, sukladno dogovoru svih dionika, dogovoren je razvoj 5 ključnih proizvoda po kojima Sjeverozapadna Istra prednjači u odnosu na ostatak Istre, te se od tada neprekidno održavaju aktivnosti za razvoj i unapređenje ciljanih proizvoda. Outdoor je novi proizvod kojeg smo počeli razvijati od 2018. god. a odnosi se na sve rekreativne aktivnosti na otvorenom (pješanje, trčanje, i dr.). Ukupni iznos uloženi sredstava na nivou klastera za razvoj proizvoda u 2020. godini iznosi 1,37 milijuna kuna, kao i u 2019. godini. Aktivnosti su u odgovarajućim udjelima sufinancirane od strane TZ Novigrada, TZ Umaga, TZ Brtonigle i TZ Buja te Lagune Novigrad i Plave Lagune (bivši Istraturist), sukladno učešću u noćenjima i interesu dionika.

Udio TZG Novigrada-Cittanova u razvoju navedenih proizvoda iznosi 187.536 kn što čini 14% od ukupno uloženi sredstava za razvoj destinacijskih proizvoda.

Pregled participacije dionika Klastera SZ Istre za razvoj proizvoda:

Dionik	Proizvodi	%
PLAVA LAGUNA	529.433 kn	39%
TZ UMAG	442.108 kn	32%
TZ NOVIGRAD	187.536 kn	14%
AMINESS	129.548 kn	9%
TZ BRTONIGLA	41.812 kn	3%
TZ BUJE	40.440 kn	3%
Total	1.370.878 kn	100,00%

Udružena sredstva će se koristiti za organizaciju evenata koje promoviraju ciljne proizvode, a to su: Sweet Wine & Walk (travanj), Wine Event Brtonigla, Park Food Fest (svibanj i listopad), Istria Wine & Walk (svibanj), Umag Night Run (lipanj), Street Food Event Umag, Wine & Walk by the sea (rujan) te Istria Granfondo. Osim za manifestacije, sredstva će se koristiti i za sajmove i prezentacije na kojima će se zajednički nastupati, za tisak promotivnih materijala, izradu foto i video produkcije, dovođenje novinara, blogera i organizaciju press tripova, i dr. Uz navedena sredstva, dodatno su planirani troškovi za uređenje i održavanje biciklističkih i pješačkih staza na području Novigrada, te dodatna sredstva za razvoj nogometa.

Osim destinacijskih proizvoda, u planu je i unapređenje specifičnih proizvoda koje razvijamo za područje Novigrada, kao što je razvoj kulturnog turizma kroz projekte razvoja novigradskog suvenira i potpore za Gallerion. Za sljedeću godinu planirana su i sredstva sufinanciranja projekta uređenja ornitološkog parka na ušću rijeke Mirne. Ornitološki park za Novigrad je vrlo bitan projekt i u turističkom smislu, jer će uređeni park moći postati jedna od atrakcija, te je jako važno turistički što kvalitetnije valorizirati bogatu prirodnu baštinu na našem području. Po svojoj bioraznolikosti i ekološkim karakteristikama, područje ušća rijeke Mirne jedno je od rijetkih preostalih močvarnih područja na Mediteranu. Ušće Mirne i Tarska vala ovom inicijativom postaju drugi posebni ornitološki rezervat u Istri koji će biti temelj za organiziranje sve popularnijeg promatranja ptica (birdwatching), kojim se, prema procjenama, bavi više od deset milijuna Europljana i gotovo 60 milijuna stanovnika Sjeverne Amerike, a imati će razne sadržaje kao što je znanstveni centar, centar za posjetitelje, edukativne staze, i tsl. Projekt je započeo s uređenjem u ovoj godini i u planu je nastavak realizacije ovog važnog projekta s potporom TZ-a od 100.000 kn.

Za ostale razvojne projekte, TZ će promovirati turističku ponudu vođenog obilaska Novigrada (Explore Novigrad), koji bi se kontinuirano odvijao od sredine travnja pa do kraja listopada, u cilju upoznavanja gostiju s kulturnom ponudom i tradicijom Novigrada. Osim navedenog, u planu je potpora za promociju vinskog turizma *Novigrad-Cittanova Wine Trail*, odnosno turistički itinerer posjete vinskim podrumima vlakićem uz degustacije vina i domaćih proizvoda. U stavku razvoja proizvoda dodana je stavka promocije ribarstva i pomorstva u Novigradu u sklopu FLAG (Fisheries Local Action Group) natječaja koji je u tijeku. TZ i Grad Novigrad-Cittanova bit će partneri ovog projekta za koji je osigurano 60 tisuća eura, a potpora se odnosi na aktivnosti promocije, marketinga i očuvanja ribarske/pomorske tradicije i baštine ribarstvenog područja. Projekt kojeg ćemo prijaviti obuhvaća aktivnosti istraživanja u području ribarske/pomorske tradicije i baštine, izrada publikacije ili brošure te aktivnosti digitalizacije odnosno postavljanja digitalnih totoma u gradu. Ukoliko projekt bude odobren, na ovu stavku će se knjižiti prihvatljivi troškovi, a u planu je naveden samo minimalan trošak za početak provođenja aktivnosti. Ukupna planirana sredstva za potporu razvoja novigradskih proizvoda iznose 142.500 kn.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
228.187 kn	253.367 kn	366.036 kn

IV. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Komunikacija vrijednosti odnosi se na online komunikacije, odnosno troškove e-marketinga, održavanja internet stranica i internet oglašavanja, te na offline komunikacije u što su uvršteni troškovi PR aktivnosti, troškovi tiskanja promotivnih materijala, suveniri i promotivni materijal te info table. U ovu grupu smješteni su i troškovi oglašavanja u promotivnim kampanjama HTZ-a i TZIŽ te opće oglašavanje (tisak, tv, radio). Ukupni troškovi komunikacije vrijednost veći su za 8% u odnosu na očekivano ostvarenje 2019. god.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
592.329 kn	630.309 kn	679.014 kn

1. Online komunikacije

Program rada online komunikacije u djelu upravljanja internet stranicama, društvenim mrežama i internet oglašavanja napravljen je na temelju usuglašenih aktivnosti Klastera SZ Istre za 2020. godinu. Tijekom sljedeće godine, kroz e-marketing aktivnosti klastera naglasak će biti na većem ulaganju u oglašavanje na njemačka/germanska govorna područja (Google i Facebook oglašavanje), na implementaciji dodatnog njemačkog jezika na blogu Colours of Istria te kreiranju novih sadržaja na blogu i web stranici. Nastaviti će se s aktivnostima za provođenje influencer marketing kampanje u periodu pred i posezone za promociju smještajnih kapaciteta i ponude klastera, kao i s ostalim aktivnostima na društvenim mrežama. S obzirom na dovršetak izrade novog destinacijskog promotivnog spota, u planu su marketinške kampanje za promociju novog videa klastera te izmjene na stranici radi bolje vidljivosti najava i sadržaja. Osim toga, klsterskoj web stranici je nakon gotovo 10 godina potreban redizajn, što iziskuje velika financijska sredstva te će se u tu svrhu ispitati mogućnosti dobivanja poticaja od najavljenog Fonda za udružene TZ-e u svrhu kreiranja novog dizajna glavnog informativnog portala. U 2020. godini nastaviti će se s projektima i aktivnostima za provedbu digitalne strategije društvenih mreža s naglaskom na doživljaj korisnika, komunikaciju s postojećom zajednicom i povećanje broja pratitelja i fanova, na blog postove po pojedinom proizvodu za ciljana tržišta, na mobilnom oglašavanju, novim člancima o destinaciji te foto i video produkciji.

Ukupni budžet klastera za e-marketing iznosi 978.500 kn (isto kao u proteklim godinama), a TZ Novigrada sudjelovati će sa 97.850 kn što čini 10% od ukupno planiranih sredstava klsterskog budžeta za e-marketing.

Pregled participacije dionika Klastera SZ Istre u e-marketingu:

Dionik	E-marketing	%
PLAVA LAGUNA	419.777 kn	43%
TZ UMAG	228.969 kn	23%
TZ NOVIGRAD	97.850 kn	10%
AMINESS	166.345 kn	17%
TZ BRTONIGLA	44.032 kn	5%
TZ BUJE	21.527 kn	2%
Total	978.500 kn	100%

Planirana ukupna sredstva online komunikacija odnose se na klsterski e-marketing, na troškove održavanja domene novigrad-cittanova.hr, zatim izrade stranica s informacijama o kulturnim spomenicima Novigrada, zatim na troškove potpore web stranice TZIŽ, te za troškove internet oglašavanja.

Na nivou Istre, tijekom 2020. nastavljaju se i unaprjeđuju aktivnosti online komunikacija destinacije Istra, upotpunjujući kvalitetnu suradnju s IRTA-om. Nastavlja se ciklus vezan uz vođenje destinacijskog portala te se naponi usmjeruju na povećanje broja inozemnih posjeta na stranici, produljivanje zadržavanja korisnika na stranici, primjenu nove strategije slanja Newsletter-a, prilagođenog dizajnu stranice, intenzivnije praćenje aktivnosti na Internet stranici pomoću Google Search Console te novi vidovi izvještavanja uz pomoć novopostavljenog alata, SEO optimizacija, radi boljeg pozicioniranja na Google tražilici za strateški važne pojmove, odnosno događanja u Istri, smještaj u Istri, destinacije s područja Istre i ostalo. Iznos potpore TZ Novigrada za destinacijski portal istre iznosi 20.310 kn. U ovu stavku uključena su sredstva za internet oglašavanje s iznosom od 30.000 kn koja će se uglavnom koristiti za najave većih događanja na inozemno i domaće tržište.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
132.365 kn	137.665 kn	155.160 kn

2. Offline komunikacije

U offline komunikacije uvršteni su troškovi PR aktivnosti, troškovi tiskanja brošura i ostalih tiskanih materijala, suvenira i poklona poslovnim partnerima te troškovi signalizacije, odnosno aktivnosti koje se odnose na turističku (smeđu) signalizaciju, na billboarda i table dobrodošlice, na info table (city lights) te na označavanje kulturnih spomenika grada i pješačkih staza.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
140.091 kn	171.847 kn	238.065 kn

• PR aktivnosti

S obzirom na činjenicu da su troškovi oglašavanja uobičajeno vrlo visoki i da raspoloživa sredstva ne zadovoljavaju potrebe vezane uz oglašavačku kampanju, turistička zajednica nastojat će taj manjak sredstava kompenzirati putem PR aktivnosti, kako za potrebe Novigrada, tako i na nivou klastera i županije sukladno Marketing planu i SMP-u za 2020. godinu, za što je predviđeno 20.310 kn.

Istra je u kontekstu PR aktivnosti uspjela umrežiti cijeli set inovativnih aktivnosti koje dodatno alimentiraju snagu medijske vrijednosti Istre jer se projekti poput strateških partnerstava u smislu comarketinga i coobrandinga, projekt Share Istria i mnogi drugi u potpunosti nadopunjuju cijelu sliku PR reputacije destinacije Istre. S izuzetno pozitivnim iskustvima iz prethodnih godina u kojima je Turistička zajednica Istre svojim lobiranjem, poznanstvima i projektima uspjela animirati najveći broj novinara u odnosu na ostale PR agencije s kojima surađuju, istom kvalitetom i dinamikom nastavlja se i u 2020. godini. Taj vid promocije, uostalom, daje najbolje rezultate jer novinari s kojima surađuju duži niz godina već dobro poznaju Istru te imaju širi spektar općih, ali i specifičnih znanja o samoj destinaciji. TZIŽ će sljedeće godine angažirati PR agenta za Njemačku i Austriju i PR agenta za Veliku Britaniju. Rezultati PR aktivnosti bit će sakupljeni u press clippingu koji se svake godine realizira u suradnji s PR agentima i HTZ-om, kao i rezultate mjerenja efikasnosti i medijske vrijednosti u 2020. godini.

Strateški projekti u pozicioniranju destinacije Istra kroz prepoznatljive međunarodne brendove kao što su BMW, Cube, Bosch i Turkish Airlines, zatim Mastercard i Hering, te do sada najveće i najznačajnije strateško partnerstvo s FC Bayern Muenchen-om, u značajnoj mjeri pridonose funkciji pozicioniranja i promocije destinacije Istre na našim najvažnijim emitivnim tržištima, s time da je cijela kampanja targetirana prema premium gostima.

Osim toga, Share Istria projekt definitivno predstavlja jedan od najinovativnijih pristupa u promociji destinacije koji kao osnovni medij koristi alat socijalnih mreža. Ovaj se projekt iz godine u godinu unaprijeđuje, a uspješnost promocije putem ovog oblika marketinga očituje se u direktnoj interakciji brojnih korisnika na digitalnim platformama sa sadržajem koji je došao iz Istre. Iduća godina će imati isti koncept s nekoliko ključnih izmjena i dopuna, a sve s ciljem ostvarenja još boljih rezultata. Projekt Share Istria 2020. Trajati će ukupno 8 tjedana, kao i prošle godine. Iz dosadašnjih iskustva pokazalo se da je period predsezona optimalan za izvođenje projekta i koncentrirat će se na još utjecajnije influencere, njih sveukupno 32 od kojih će barem njih troje biti tzv. celebrity influenceri, dakle osobe poznate iz javnog života koji imaju veliku društvenu i još jaču medijsku reputaciju putem socijalnih mreža.

Paralelno će se realizirati i dodatni projekt unutar Share Istria projekta koji će biti usmjeren prema velikim i eminentnim medijskim kućama u svijetu poput Huffpost, Fodor's, National Geographic, Forbes, Bloomberg i dr. sa bitno izmijenjenim programom koji će biti više okrenut izvornom načinu života u Istri. Program će biti sastavljen na način da u svom šestodnevnom boravku u Istri zajedno žive i rade ili s vinarom, maslinarom, tartufarom, lovcem, ribarom itd.... Ideja je da se pokaže kako određeni produkt nastaje, koliko je potrebno

znanja, truda i vještina da se dođe do konačnog proizvoda. Ovo je jedan sasvim novi pristup, za koji vjeruju da će kao i mnoge druge stvari biti jedinstvene i prve takve vrste u svijetu.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
29.267 kn	33.207 kn	38.850 kn

- **Brošure, ostali tiskani materijali suvenir**

Kategorija Brošure i ostali promotivni materijali odnosi se na aktivnosti vezane uz produkciju materijala namijenjenih promociji destinacije i njezinih sadržaja kao i korisnih informacija potrebnih za planiranje i bezbrižno provođenje odmora u destinaciji, koja obuhvaća izradu koncepcija, prikupljanje i obrađivanje podataka, pripremu tekstova i potrebnih prijevoda, dizajn publikacija, grafičko oblikovanje brošura i letaka, tisak te digitalizaciju promotivnih brošura. Prateći trendove uvjetovane novim tehnologijama, rastom korištenja pametnih telefona i sličnih uređaja, razvijaju se i novi oblici nakladništva pa se dio pripreme odnosi na stvaranje sadržaja prilagođenih online izdavaštvu. Iz toga razloga se planirani troškovi za ovu aktivnost sistemski smanjuju jer se prelazi u sve veći broj online brošura.

U suradnji s turističkim zajednicama klastera, planira se tisak Bike karata: MTB, cestovne i bike karte za cikloturiste, tisak mapa pješačkih i jogging staza, te tisak zajedničkog kalendara događanja s ukupno planiranih 28.000 kn.

Osim navedenih brošura, tiskati će se materijal za promociju Novigrada, te materijal namijenjen gostima koji borave u Novigradu, s ciljem informiranja gostiju o svim turističkim sadržajima na području grada. Obzirom da će sljedeće godine započeti proces implementacije novog brenda destinacije Novigrad, sve će brošure biti redizajnirane. U planu je redizajn i tisak imidž kataloga Novigrada s novim vizualom, redizajn, ažuriranje i dotisak plana grada, zatim redizajn i tisak džepnog izdanja kulturno-povijesnog vodiča, tisak letaka s popisom mjesečnih događanja, tisak vrećica, promotivnih postera s motivima Novigrada, te ostali manji promo materijali. Ukupno je planirano uložiti 68.500 kn.

Što se tiče tiskanja brošura u suradnji s TZIŽ, i u 2020. godini pristupiti će se tiskanju brošure Enjoylstra s iznosom potpore od 7.215 kn. Ukupno planirana sredstva za tisak brošura:

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
62.442 kn	81.851 kn	103.715 kn

- **Suvenir i promo materijali**

Kao i svake godine, za potrebe promocije destinacije, TZ planira otkup određenih suvenira i poklon paketa poslovnim partnerima s aplikacijom novigradskih motiva i novog vizualnog rješenja destinacije.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
22.101 kn	21.289 kn	30.000 kn

- **Signalizacija**

Za potrebe signalizacije, u planu su razvrstani troškovi za održavanje turističke (smeđe) signalizacije, troškovi zakupa i održavanja billboarda odnosno tabela dobrodošlice, zatim troškovi održavanja i postavljanje plakata na city lighte te trošak ostale signalizacije koje će sljedeće godine uključivati postavljanje putokaza na pješačkim stazama. Za 2020. godinu u planu je izmjena vizuala na tablama dobrodošlice s novim vizualnim rješenjem.

Ostvarenje 2018.

Očekivano ostvarenje 2019.

Plan 2020.

26.281 kn

35.500 kn

65.500 kn

3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama

Hrvatska turistička zajednica objavila je Javni poziv za udruženo oglašavanje u 2020. po jednostavnijem konceptu, pri čemu aktivniju ulogu imaju županijski TZ-i i inozemna predstavništva HTZ-a s ciljem boljih rezultata promocije turističkog prometa, pogotovo u pred i posezoni.

Kao i proteklih godina, i za sljedeću je iz udruženog oglašavanja izdvojena suradnja s avio prijevoznicima i touroperatorima s organiziranim programima za Hrvatsku, koja se 'prebacuje' u strateške projekte, a koji će se provoditi na nacionalnoj razini u suradnji s TZ-ima i drugim partnerima zainteresiranim za destinacijsku promociju, pri čemu će aktivnu ulogu imati i predstavništva HTZ-a.

Za navedeno oglašavanje u 2020. godini Istarskoj županiji raspoređeno je ukupno 5.521.000 kn, kroz dva osnovna modela oglašavanja - Model a) opća ponuda destinacije koju provodi županijska turistička zajednica i Model b) smještajna ponuda, provodi se posredstvom TZIŽ za promociju smještajnih objekata sa više od 50 smještajnih jedinica. Treći model odnosi se na nautiku i njega provodi direktno HTZ.

Osim promocije destinacije, s predmetne stavke sufinancirat će se strateški projekti avioprijevoza i projekt FC Bayern Muenchen. Shodno navedenom, TZ Istarske županije u dogovoru sa Zračnom lukom Pula i gospodarskim subjektima u Istri sufinancirati će avioprijevoznike koji budu ponudili atraktivne programe letenja, a sve u cilju daljnjeg povećanja broja putnika u ZLP.

U ovu stavku uvrštena je i potpora za projekt suradnje TZIŽ i FC Bayern Muenchen. Strateško partnerstvo s FC Bayern Muenchen predstavlja vrhunac svih dosadašnjih marketinških aktivnosti u Istri te predstavlja jedan od novih načina i modela prezentacije Istre kao turističke destinacije. Aktivnostu u planu za sljedeću godinu uključuju organizaciju Partner workshopa, eventa koji se organizira samo jednom godišnje i u kojem klub FC Bayern Muenchen poziva sve suvlasnike i strateške partnere i to isključivo managersku razinu, zatim Legendmatch FCBM 2020 - dvoboj legendi koji je ove godine bio jedan od najvećih sportsko zabavnih evenata u Istri, tu su još aktivnosti oglašavanja sa zvjezdama FCBM, nastup na turističkom sajmu Free u Muenchenu, te *Match Day Presente*, specijalna prezentacija Istre/Hrvatske u Siemens cooking lounge areni.

Prijedlog participacije lokalnih turističkih zajednica u Marketing planu TZ Istre za 2020. godinu:

NAZIV	PLAN 2020 UKUPNO	Mjesto											
		Umag	Brtonigla	Novigrad	Tar-Vabriga	Poreč	Funtana	Vrsar	Rovinj	Fažana	Pula	Medulin	Labin
P R O G R A M I													
5 iskustva velikog utjecaja u PPS-u	400.000	42.997	8.406	20.310	27.513	58.392	27.899	28.154	66.687	14.272	43.416	39.233	22.719
DIZAJN VRIJEDNOSTI	400.000	42.997	8.406	20.310	27.513	58.392	27.899	28.154	66.687	14.272	43.416	39.233	22.719
ONLINE KOMUNIKACIJE	400.000	42.997	8.406	20.310	27.513	58.392	27.899	28.154	66.687	14.272	43.416	39.233	22.719
Internet stranice / društvene mreže / kontakt centar / implementacija digitalne strategija	400.000	42.997	8.406	20.310	27.513	58.392	27.899	28.154	66.687	14.272	43.416	39.233	22.719
OFFLINE KOMUNIKACIJE	542.096	58.271	11.393	27.525	37.287	79.136	37.809	38.156	90.378	19.342	58.840	53.170	30.790
PR AKTIVNOSTI - ODNOSI S JAVNOŠĆU	400.000	42.997	8.406	20.310	27.513	58.392	27.899	28.154	66.687	14.272	43.416	39.233	22.719
BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJALI	142.096	15.274	2.986	7.215	9.774	20.743	9.911	10.002	23.690	5.070	15.423	13.937	8.071
OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAM.	2.500.000	268.732	52.540	126.936	171.959	364.952	174.366	175.965	416.797	89.199	271.353	245.208	141.994
Model I. kampanja destinacije Istra	500.000	53.746	10.508	25.387	34.392	72.990	34.873	35.193	83.359	17.840	54.271	49.042	28.399
Model II. hoteli i agencije	2.000.000	214.986	42.032	101.549	137.567	291.961	139.493	140.772	333.437	71.359	217.082	196.166	113.595
SAMOSTALNO OGLAŠAVANJE (STRATEŠKI PROJEKTI S HIZ, AVIO EXTRA, DESTINACIJA)													
financiranje avioprijevoza	1.800.000	193.487	37.829	91.394	123.811	262.765	125.543	126.695	300.094	64.223	195.374	176.550	102.235
FC Bayern Muenchen	500.000	53.746	10.508	25.387	34.392	72.990	34.873	35.193	83.359	17.840	54.271	49.042	28.399
KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	5.742.096	617.234	120.677	291.553	394.963	838.235	400.490	404.162	957.314	204.876	623.253	563.203	326.137
DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INTERNI MARKETING	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA - novi krojni komunikacijski koncept	200.000	21.499	4.203	10.155	13.757	29.196	13.949	14.077	33.344	7.136	21.708	19.617	11.359
Izrada streteških dokumenata (privatni smještaj itd.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	200.000	21.499	4.203	10.155	13.757	29.196	13.949	14.077	33.344	7.136	21.708	19.617	11.359
RASHODI UKUPNO	6.342.096	681.730	133.286	322.017	436.233	925.823	442.338	446.394	1.057.346	226.284	688.378	622.053	360.215

Za sve navedene aktivnosti koje se planiraju realizirati u suradnji s TZIŽ, financijsko učešće od strane TZ Novigrada iznosilo bi 5%, odnosno 322.017 kn od ukupnog iznosa na nivou svih LTZ-a od 6.342.096 kn.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
281.905 kn	280.087 kn	243.717 kn

- **Opće oglašavanje**

Osim udruženog oglašavanja na nivou TZIŽ, u planu su aktivnosti za samostalno oglašavanje i oglašavanje s ostalim subjektima (oglašavanje u raznim tiskanim publikacijama, radio oglašavanja, razne tv reportaže i dr.).

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
37.968 kn	36.000 kn	42.072 kn

V. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Distribucija i prodaja vrijednosti odnosi se na prezentaciju proizvoda na komercijalnim kanalima. U ovu stavku ulaze troškovi sudjelovanja na sajmovima i prezentacijama, zatim troškovi distribucije promotivnih materijala te troškovi studijskih putovanja novinara i agenata.

U planu za 2020. godinu su kraće jednodnevne prezentacije, prvenstveno one namijenjene medijima (novinari, TV, radio) i partnerima (agencije, touroperatori, turističke zajednice) na nama bližim i zanimljivim tržištima (Italija, Austrija, Slovenija i Njemačka). U suradnji s klasterom SZ Istre u planu su prezentacije na sajmovima i utrkama u Italiji, Austriji i Sloveniji te samostalne prezentacije u Austriji. Turistička zajednica Grada Novigrada-Cittanova će u suradnji s TZIŽ i Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice sudjelovati u planiranju, organizaciji i realizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika inozemnih touroperatora i agencija koji prodaju kapacitete u Istri/Novigradu. Edukacijska putovanja agenata u suradnji sa stranim touroperatorima omogućavaju bolji, kvalitetniji i detaljniji uvid u turističku ponudu Istre/Novigrada usmjerene 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.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
40.030 kn	39.702 kn	40.000 kn

VI. INTERNI MARKETING

Interni marketing predstavlja alate usmjerene na aktivnosti u destinaciji za veće razumijevanje i dobivanju podrške od svih čimbenika uključenih u turističke aktivnosti.

Program edukacije provoditi će se s ciljem uspješnog informiranja nositelja turističke ponude grada ali i aktivnim uključivanjem turističkih dionika s područja Novigrada u aktivnostima sadržanih unutar dodatnih sadržaja i manifestacija koje se planiraju za iduću godinu. U planu je i edukacija za ugostitelje, odnosno konobare, kuhare itd.

Kao i svake godine, u planu su koordinacije članova odbora klastera u cilju praćenja realizacije Marketing plana klastera za 2020. godinu te koordinacije direktora klastera TZ-a sukladno potrebama. Osim toga, u

suradnji TZIŽ-om, planiraju se koordinacije s turističkim zajednicama s područja županije koje sudjeluju u realizaciji SMP-a.

U dijelu nagrada i priznanja, financirati će se vlastiti projekti, odnosno nagrade za najljepše okućnice i balkone, priznanja za dugogodišnje turiste te eventualni troškovi prijave na razne natječaje.

U sklopu aktivnosti za razvoj turizma u Novigradu, planira se nastavak održavanja tematskih sastanaka i fokus grupa s predstavnicima turističke ponude grada.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
46.461 kn	21.126 kn	40.000 kn

VII. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Marketinška infrastruktura podrazumijeva aktivnosti usmjerene na izvođenje marketinških aktivnosti te provedbu marketinškog plana.

U stavku marketinške strukture uvršteni su troškovi proizvodnje multimedijalnih materijala, troškovi istraživanja tržišta, formiranja baze podataka, troškovi održavanja web kamere, troškovi otkupa fotografija i filmova te troškovi marketinške strategije, odnosno implementacije novog brend identiteta destinacije. U planu za sljedeću godinu je proizvodnja kraćih promotivnih spotova s iznosom od 20.000 kn, zatim izrada video i foto produkcije s prepoznatljivim vizurama Novigrada u cilju implementacije novog vizualnog rješenja destinacije u iznosu 50.000 kn, te nastavak aktivnosti istraživanja i analiza tržišta (5.000 kn).

Za sljedeću godinu u planu je nastavak aktivnosti marketinške strategije turističke ponude Novigrada kako bi se dobile smjernice i preporuke za kvalitetno pozicioniranje Novigrada i jačanja konkurentnosti na turističkom tržištu, te prva faza uključuje izradu brenda destinacije. Nakon što su prikupljene i analizirane ponude za osmišljavanje brend identiteta destinacije Novigrad, održano je predstavljanje triju marketinških agencija koje su ušle u užu krug: Nomentas, Carli & Sosa te Marko Baus i suradnici, a za izvođača je odabran Marko Baus. U sklopu izrade brend identiteta, odrađene su tri radionice s predstavnicima turističke ponude Novigrada kao i individualni razgovori s ključnim osobama koje doprinose razvoju novigradskog turizma, izvršeno je istraživanje gostiju kao i analiza digitalnih medija. Prezentacija svega odrađenog sa zaključcima trebala se održati do kraja godine, međutim zbog nemogućnosti pronalaska termina koji će okupiti glavne dionike, predstavljanje će se održati početkom sljedeće godine. U sljedećoj godini, u planu je realizacija aktivnosti vezanih uz promociju turističkih sadržaja i manifestacija, a time veće vidljivosti Novigrada kroz izradu vizualnog identiteta zabavne i ostale ponude grada te implementacije novog vizuala na svim promotivnim materijalima. Osim toga, u planu je izrada smjernica za unificirani izgled ugostiteljskih i drugih objekata u starogradskoj jezgri. Ukupno planirana sredstva za realizaciju aktivnosti marketinške strategije iznose 50.000 kn.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
42.387 kn	161.387 kn	158.387 kn

VIII. POSEBNI PROGRAMI

Ova stavka namijenjena je potpori novigradskih glazbenika koji su drugu godinu za redom pobedili na natjecanju u kategoriji blues glazbe za potrebe pokrivanja troškova putovanja u SAD, odnosno u Memphis.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
5.231 kn	29.000 kn	25.000 kn

IX. OSTALO

U ovu stavku uvrštena su sredstva pomoći i donacija raznim udrugama, sponzorstvo za razvoj vrhunskog sporta odnosno dotacija za Giovannija Cernogorza te nova stavka potpore za tri novigradske ambulante opće medicine.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
31.528 kn	42.000 kn	47.000 kn

X. TROŠKOVI KREDITA

Troškovi se odnose na kamate, provizije i sporedne troškove (naknadu za obradu kredita i tsl.) za kupnju novog službenog vozila.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
0 kn	5.000 kn	10.000 kn

XI. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU

Temeljem odredba Zakona o boravišnoj pristojbi i Odluke Turističkog vijeća TZ-a, Grad i Turistička zajednica grada Novigrada-Cittanova usuglasiti će Program korištenja 30% sredstava boravišne pristojbe u 2020. godini. Navedena sredstva predstavljaju prihod proračuna Grada Novigrada-Cittanova i koristit će se za poboljšanje turističke ponude uređenjem turističke infrastrukture, odnosno uređenjem plaža, parkova, biciklističkih i pješačkih staza, i dr.

Ostvarenje 2018.	Očekivano ostvarenje 2019.	Plan 2020.
1.200.364	1.350.000 kn	1.500.000 kn

XII. ZAKLJUČAK

Programa rada za 2020. godinu s pripadajućim financijskim planom izrađen je poštujući obveze propisane Statutom Turističke zajednice grada Novigrada – Cittanova, koji je usklađen sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), oslanjajući se istovremeno na nove zakonske odredbe i smjernice Programa rada i Marketing plana Istarske županije i Marketing plana Klastera sjeverozapadne Istre.

Prijedlogom Programa rada TZG Novigrada-Cittanova za 2020. godinu utvrđuju se polazne osnove i ciljevi marketinške politike novigradskog turizma, te temeljem toga aktivnosti koje je potrebno poduzeti za njihovu realizaciju.

Prijedlog Programa rada temelji se na izradi marketinške strategije turističke ponude Novigrada i otvara mogućnost utvrđivanja prepoznatljivog imidža Novigrada kao jednog od temeljnih ciljeva u 2020. godini.

Program se također temelji na nastavku zajedničkih aktivnosti redefiniranja turističke ponude grada i značajnijoj suradnji javnog i privatnog sektora u području uređenja destinacije, te u kreiranju novih sadržaja i proizvoda za razvoj novigradskog turizma.

Prijedlozi promotivnih i drugih tržišnih aktivnosti i marketinške infrastrukture za 2020. izrađeni su na temelju smjernica proizašlih iz dokumenta Definiranja turističke ponude Novigrada, kao i analize zadovoljstva gostiju nakon sprovedenih anketa. Osim toga, plan aktivnosti i financijski plan, rađeni su sukladno smjericama Programa rada TZIŽ i HTZ-a, Marketing plana klastera turističkih zajednica SZ Istre, a definirani su polazeći od sadašnjih raspoloživih informacijama o realnoj globalnoj gospodarskoj situaciji i kretanjima turističke ponude i potražnje na međunarodnom i domaćem turističkom tržištu u 2020. godini.

Prijedlog prihoda za 2020. godinu zasniva se na procjeni mogućih sredstava iz zakonom utvrđenih izvora prihoda za sustav turističkih zajednica (boravišna/turistička pristojba i turistička članarina), prihoda iz proračuna Grada Novigrada za organizaciju raznih manifestacija, očekivanih sredstava od TZIŽ-a i HTZ-a za potporu raznim projektima i događanjima, te prihoda od sponzorstva trgovačkih društava. Rashodi u 2020. godini su planirani maksimalno racionalno, a polazeći od obveze ispunjavanja zakonskih zadaća i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja raspoloživih sredstava.

2020. godina biti će tranzicijska godina obilježena procesom provedbe novih zakonskih odredbi (Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakon o turističkoj pristojbi i Zakon o turističkoj članarini), a biti će zasigurno obilježena određenim novinama zbog provođenja marketinške strategije. Obzirom na navedeno, ukoliko tokom godine dođe do odstupanja u provedbi programa rada i trošenja financijskog plana u obujmu većem od 5%, pristupiti će se izradi rebalansa istoga.

Program rada s financijskim planom daje se Turističkom vijeću na raspravu i nakon toga predložiti će se na usvajanje Skupštini TZG Novigrada - Cittanova.

Sve promjene u programu rada i financijskom planu donosi Vijeće TZG Novigrada.

Prijedlog financijskog plana za 2020. godinu:

- u Kn, bez lipa

RB	PRIMICI PO VRSTAMA	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	PLAN 2020	Indeks 4 / 3	Udio %
	1	2	3	4	5	6
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	4.580.000	4.500.000	4.700.000	104	74%
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	460.000	530.000	530.000	100	8%
3.	PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA NOVIGRADA	430.000	483.000	480.000	99	8%
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	460.000	554.228	620.000	112	10%
4.1.	Prihodi BP - Nautika TZIŽ	260.000	299.809	300.000	100	5%
4.2.	Račun BP - Refundacija HTZ	50.000	55.419	55.000	99	1%
4.3.	Potpore projektima i manifestacijama	100.000	164.000	215.000	131	3%
4.4.	Prihodi od trgovačkih društava	50.000	35.000	50.000	143	1%
5.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI (kamate i naknade šteta od osiguranja)	10.000	4.000	10.000	250	0%
	SVEUKUPNO PRIHODI	5.940.000	6.071.228	6.340.000	104	100%
RB	IZDACI PO VRSTAMA	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	PLAN 2020	Indeks 4 / 3	Udio %
	1	2	3	4	5	6
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	949.500	954.919	959.500	100	15%
1.	Rashodi za radnike	679.000	684.419	684.000	100	11%
1.1.	Izdaci za zaposlene Ureda	487.000	487.000	487.000	100	8%
1.2.	Izdaci za zaposlene TIC-a	142.000	142.000	142.000	100	2%
1.3.	Izdaci za zaposlene Lučke ispostave Novigrad	50.000	55.419	55.000	99	1%
2.	Rashodi ureda	203.000	203.000	208.000	102	3%
2.1.	Izdaci za usluge	127.000	127.000	127.000	100	2%
2.2.	Materijalni izdaci	26.000	26.000	26.000	100	0%
2.3.	Sitan inventar	2.000	2.000	2.000	100	0%
2.4.	Nabava imovine	5.000	5.000	10.000	200	0%
2.5.	Reprezentacije i troškovi sjednica	15.000	15.000	15.000	100	0%
2.6.	Premije osiguranja	15.000	15.000	15.000	100	0%
2.7.	Ostali rashodi	13.000	13.000	13.000	100	0%
3.	Rashodi TIC-a	29.000	29.000	29.000	100	0%
3.1.	Izdaci za usluge	8.000	8.000	8.000	100	0%
3.2.	Materijalni izdaci	10.000	10.000	10.000	100	0%
3.3.	Sitan inventar	3.000	3.000	3.000	100	0%
3.4.	Nabava imovine	5.000	5.000	5.000	100	0%
3.5.	Ostali rashodi	3.000	3.000	3.000	100	0%
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	13.500	13.500	13.500	100	0%
4.1.	Turističko vijeće	10.500	10.500	10.500	100	0%
4.2.	Nadzorni odbor	3.000	3.000	3.000	100	0%
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.680.351	2.689.246	3.014.179	112	47%
1.	POTICANJE I SUDIJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	320.000	320.000	350.000	109	5%
1.1.	Uređenje novigradskih plaža / starogradske jezgre	300.000	300.000	300.000	100	5%
1.2.	Ostalo	20.000	20.000	20.000	100	0%
1.3.	Uređenje Lučke kapetanije Novigrad			30.000	0	0%
2.	MANIFESTACIJE	1.993.315	2.018.484	2.291.310	114	36%
2.1.	Zabavne manifestacije	1.407.000	1.298.028	1.412.000	109	22%
2.1.1.	Astro party Lunasa 31.7.-1.8.	85.000	70.000	85.000	121	1%
2.1.2.	Čarobni Novigrad lipanj	60.000	90.000	90.000	100	1%
2.1.3.	Fešta Sv. Pelagija	450.000	450.000	450.000	100	7%
2.1.4.	Fešta Sv. Ivan Krstitelja	30.000	40.456	40.000	99	1%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	PLAN 2020	Indeks 4 / 3	Udio %
	1	2	3	4	5	6
2.1.5.	Glazba na svakom kutku	20.000	20.000	50.000	250	1%
2.1.6.	Maškare	35.000	35.000	35.000	100	1%
2.1.7.	Novigradske Božićne radosti	20.000	20.000	20.000	100	0%
2.1.8.	Goodbye 2019	20.000	20.000	20.000	100	0%
2.1.9.	Parkfest	70.000	0	60.000	0	1%
2.1.10.	Prvi maj u Novigradu	20.000	25.575	25.000	98	0%
2.1.11.	Slovenska noć	80.000	90.020	80.000	89	1%
2.1.12.	Susret bikera	2.000	2.000	2.000	100	0%
2.1.13.	Večer uličnih čarobnjaka (Kids Night)	155.000	110.000	125.000	114	2%
2.1.14.	Movie Nights	45.000	48.513	55.000	113	1%
2.1.15.	Jazz Corner	50.000	40.937	40.000	98	1%
2.1.16.	Piazza grande music nights	260.000	230.000	230.000	100	4%
2.1.17.	Ostale zabavne manifestacije	5.000	5.527	5.000	90	0%
2.2.	Kulturne manifestacije	72.000	70.927	97.000	137	2%
2.2.1.	Foto Ex tempore	15.000	14.963	15.000	100	0%
2.2.2.	Slikarski Ex tempore i likovna kolonija	20.000	19.317	20.000	104	0%
2.2.3.	MFF: Novo kino Novigrad	7.000	5.745	7.000	122	0%
2.2.4.	Istria Folk Fest	5.000	5.540	5.000	90	0%
2.2.5.	Novigrad u folkloru	15.000	15.363	15.000	98	0%
2.2.6.	Glazbene večeri u lođi Belvedere	0	0	25.000	0	0%
2.2.7.	Ostale kulturne manifestacije (KUD, Agata, koncerti klasične glazbe)	10.000	10.000	10.000	100	0%
2.3.	Sportske manifestacije	261.000	439.209	392.000	89	6%
2.3.1.	Tenis	0	0	0	0	0%
2.3.2.	Alpen Adria Swim Cup	0	0	40.000	0	1%
2.3.3.	Nogomet - Istria Youth Cup	160.000	340.000	250.000	74	4%
2.3.4.	Bike - Istria Granfondo	20.000	13.000	15.000	115	0%
2.3.5.	Novigrad-Cittanova Run	15.000	15.000	20.000	133	0%
2.3.6.	Rukometni kamp - Regata nova	17.000	20.000	17.000	85	0%
2.3.7.	Transadriatica	7.000	9.209	13.000	141	0%
2.3.8.	Humanitarni Fitness day / Cheer leading camp	7.000	7.000	7.000	100	0%
2.3.9.	Europsko Taekwon-do prvenstvo / Prvomajski MTB Maraton	15.000	15.000	10.000	67	0%
2.3.10.	Ostale sportske manifestacije (Kickboxing, Podvodni ribolov, Adv. Trek i dr.)	20.000	20.000	20.000	100	0%
2.4.	Gastro manifestacije	172.000	146.459	308.000	210	5%
2.4.1.	Gnam-gnam fest	40.000	40.000	40.000	100	1%
2.4.2.	Park Food Fest	60.000	60.000	170.000	283	3%
2.4.3.	Wine &Walk by the sea	50.000	30.000	40.000	133	1%
2.4.4.	Che gusto	10.000	9.459	15.000	159	0%
2.4.5.	Novi gourmet VIP event			36.000	0	1%
2.4.6.	Ostale gastro manifestacije (Dani jabuka, Dani gljiva i sl.)	12.000	7.000	7.000	100	0%
2.5.	Ekološke manifestacije	15.000	9.546	15.000	157	0%
2.5.1.	Eko-akcije	15.000	9.546	15.000	157	0%
2.6.	Ostale manifestacije (Uskrs uz glazbu, ljetni nastupi)	15.000	15.000	15.000	100	0%
2.7.	Potpore manifestacijama i projektima	51.315	39.315	52.310	133	1%
2.7.1.	Muzej Lapidarium - Arterija	0	0	5.000	0	0%
2.7.2.	DV Tičići - Dječji folklor	3.000	0	3.000	0	0%
2.7.3.	DV Girasole - Mini Ex tempore Girasole	3.000	3.000	3.000	100	0%
2.7.4.	Novigrad Card	5.000	1.000	5.000	500	0%
2.7.5.	Iskorak iz tišine / Friendly Beach Autism	5.000	0	1.000	0	0%
2.7.6.	Ostalo (World Challenge Day, Joga day, izložbe)	15.000	15.000	15.000	100	0%
2.7.7.	TZIŽ-5 PPS Experiences	20.315	20.315	20.310	100	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	PLAN 2020	Indeks 4 / 3	Udio %
	1	2	3	4	5	6
3.	RAZVOJ PROIZVODA	366.036	350.761	371.869	106	6%
	CLUSTER	233.536	221.536	229.369	104	4%
3.1.	Nogomet	21.167	21.167	12.000	57	0%
3.2.	Tenis	4.411	4.411	4.411	100	0%
3.3.	Bike	92.076	80.076	97.076	121	2%
3.3.1.	Bike proizvod	62.076	62.076	62.076	100	1%
3.3.2.	Bike signalizacija i održavanje	30.000	18.000	35.000	194	1%
3.4.	Wellness	14.167	14.167	4.167	29	0%
3.5.	Gourmet	75.940	75.940	85.940	113	1%
3.6.	Outdoor	25.775	25.775	25.775	100	0%
	TZG NOVIGRAD	132.500	129.225	142.500	110	2%
3.7.	Novigradski suveniri	15.000	15.276	15.000	98	0%
3.8.	Gallerion	10.000	10.000	10.000	100	0%
3.9.	Turistički razgled Novigrada	2.500	1.425	2.500	175	0%
3.10.	Pješačke staze	0	0	0	0	0%
3.11.	Put vinara - Wine Trail	5.000	2.524	5.000	198	0%
3.12.	Ornitološki park Antenal - Mirna	100.000	100.000	100.000	100	2%
3.13.	FLAG natječaj - pomorstvo i ribarstvo			10.000	0	0%
4.	POTPORA RAZVOJU DMK-a	1.000	0	1.000	0	0%
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	621.328	630.309	679.014	108	11%
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	142.165	137.665	155.160	113	2%
1.1.	Internet stranice i upravljanje internet stranicama	125.165	120.665	125.160	104	2%
1.1.1.	Web portal Novigrad	7.000	2.500	7.000	280	0%
1.1.3.	Web klastera	97.850	97.850	97.850	100	2%
1.1.4.	Web TZIŽ	20.315	20.315	20.310	100	0%
1.2.	Internet oglašavanje	17.000	17.000	30.000	176	0%
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	208.786	171.847	238.065	139	4%
2.1.	PR aktivnosti	33.207	33.207	38.850	117	1%
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	90.079	81.851	103.715	127	2%
	CLUSTER	19.000	16.464	28.000	170	0%
2.2.1.	Image katalog	0	0	0	0	0%
2.2.2.	Gourmet vodič	3.000	0	0	0	0%
2.2.3.	Bike vodič i mape	8.000	8.375	10.000	119	0%
2.2.4.	Kalendar događanja	8.000	8.089	8.000	99	0%
2.2.5.	Mape i vrećice	0	0	0	0	0%
2.2.6.	Mape pješačkih staza	0	0	10.000	0	0%
	TZG NOVIGRAD	66.000	60.308	68.500	114	1%
2.2.7.	Image katalog	22.500	24.800	25.000	101	0%
2.2.8.	Plan grada / Kulturni vodič	20.000	16.750	20.000	119	0%
2.2.9.	Letak i plakati mjesečnih programa	10.000	5.000	10.000	200	0%
2.2.10.	Mape i vrećice	6.000	6.007	6.000	100	0%
2.2.11.	Poster	4.500	4.751	4.500	95	0%
2.2.12.	Razno (e-visitor letci, LU i dr.)	3.000	3.000	3.000	100	0%
	TZIŽ	5.079	5.079	7.215	142	0%
2.2.13.	EnjoyIstra	5.079	5.079	7.215	142	0%
2.3.	Suveniri i promo materijali	20.000	21.289	30.000	141	0%
2.3.1.	Suveniri i pokloni poslovnim partnerima	15.000	15.049	20.000	133	0%
2.3.2.	Ostali tiskani mate.(monografija, i dr.)	5.000	6.240	10.000	160	0%
2.4.	Signalizacija	65.500	35.500	65.500	185	1%
2.4.1.	Smeđa signalizacija	10.000	10.000	10.000	100	0%
2.4.2.	Table dobrodošlice	45.000	15.000	45.000	300	1%
2.4.3.	City Lights - info table	8.500	8.500	8.500	100	0%
2.4.4.	Ostalo (kulturni spomenici)	2.000	2.000	2.000	100	0%

RB	IZDACI PO VRSTAMA	PLAN 2019	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019	PLAN 2020	Indeks 4 / 3	Udio %
	1	2	3	4	5	6
3.	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	234.377	280.087	243.717	87	4%
3.1.	Model a - opća ponuda destinacije	9.000	9.000	25.387	282	0%
3.2.	Model b - Smještajna ponuda	67.935	67.935	101.549	149	2%
3.3.	Model c - Ostali oblici turističke ponude	0	0	0	0	0%
3.4.	Avioprijevoznici	111.732	111.732	91.394	82	1%
3.5.	Destinacijski razvojni projekti / FC Bayern Munchen	45.710	91.420	25.387	28	0%
4.	OPĆE OGLAŠAVANJE (tisak, TV, radio)	36.000	40.710	42.072	103	1%
4.1.	Samostalno oglašavanje	25.000	30.000	30.000	100	0%
4.2.	Klaster oglašavanje	6.000	6.098	6.000	98	0%
4.3.	Ostalo	5.000	4.612	6.072	132	0%
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	40.000	39.702	40.000	101	1%
1.	SAJMOVI I PREZENTACIJE	30.000	30.000	30.000	100	0%
2.	DISTRIBUCIJA PROMO MATERIJALA	1.000	702	1.000	142	0%
3.	STUDIJSKA PUTOVANJA	9.000	9.000	9.000	100	0%
3.1.	Agencije	2.000	2.000	2.000	100	0%
3.2.	Novinari	7.000	7.000	7.000	100	0%
V.	INTERNI MARKETING	35.000	21.126	40.000	189	1%
1.	EDUKACIJA I BENCHMARKING	15.000	5.981	20.000	334	0%
2.	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	2.000	2.145	2.000	93	0%
3.	NAGRADE I PRIZNANJA	10.000	8.000	10.000	125	0%
3.1.	Najljepše okućnice	8.000	6.000	8.000	133	0%
3.2.	Ostalo	2.000	2.000	2.000	100	0%
4.	NATJEČAJI / Prijave na turističke nagrade	3.000	0	3.000	0	0%
5.	STUDIJA RAZVOJA TURIZMA U NOVIGRADU	5.000	5.000	5.000	100	0%
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	161.387	158.387	138.155	87	2%
1.	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	8.000	8.000	20.000	250	0%
2.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	13.000	13.000	5.000	38	0%
3.	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	1.000	0	1.000	0	0%
4.	WEB KAMERA	2.000	0	2.000	0	0%
5.	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	27.230	27.230	50.000	184	1%
6.	TZIŽ - Novi komunikacijski koncept Big Idea	10.157	10.157	10.155	100	0%
7.	MARKETINŠKA STRATEGIJA	100.000	100.000	50.000	50	1%
VII.	POSEBNI PROGRAMI	0	29.000	25.000	86	0%
1.	Sponzorstvo Hrvatske Blues snage	0	29.000	25.000	86	0%
VIII.	OSTALO	27.000	42.000	47.000	112	1%
1.	Pomoći i donacije	17.000	12.000	17.000	142	0%
2.	Sponzorstvo Giovanni Cernogoraz	10.000	10.000	10.000	100	0%
3.	Donacija za ambulante		20.000	20.000	100	0%
IX.	TROŠKOVI KREDITA	5.000	5.000	10.000	200	0%
X	TRANSFER BORA VIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.374.000	1.350.000	1.500.000	111	23%
	Amortizacija	25.000	25.000	25.000	100	0%
	SVEUKUPNO RASHODI	5.893.566	5.919.688	6.452.848	109	100%
	Nabava imovine	0	0	0		0%
	SVEUKUPNO IZDACI	5.868.566	5.894.688	6.427.848	109	100%
	SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE	46.434	151.540	0	0	0%
	POKRIVANJE MANJKA / PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU	0	112.848		0	0%