

SADRŽAJ

	Stranica
1. UVOD	03
2. VIZIJA I CILJEVI	05
3. FUNKCIONALNI MARKETING	06
3.1. Bike staze	06
3.2. Smeđa signalizacija	07
3.3. Uređenje plaža	08
3.4. Popravak panoa i planova grada	08
3.5. Poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji	08
4. MANIFESTACIJE	09
4.1. Manifestacije koje su motiv dolaska u destinaciju	12
4.2. Manifestacije za zabavu gostiju u destinaciji	16
4.3. Manifestacije u 2015. godini	22
5. RAZVOJ NOVIH PROIZVODA	23
5.1. Bike proizvodi	23
6. TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTAR	24
6.1. Osposobljavanje	24
6.2. Baza podataka	24
7. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	25
7.1. Stvaranje baze podataka	25
7.2. Baza fotografija	25
7.3. Promotivni video materijal	26
8. E-MARKETING, PROMOTIVNI INFORMATIČKI SUSTAV TURISTIČKE ZAJEDNICE	26
9. TISKANJE	28
9.1. Image katalog	28
9.2. Info & events – informator	28
9.3. Planovi grada, Welcome, Bike karte	28
9.4. Ostala tiskanja	29

10. PROMOCIJA	30
10.1. Udružene marketinške aktivnosti	30
10.2. Strateški Marketing plan Istre	33
10.3. PR aktivnosti	34
10.4. Sajmovi i prezentacije	34
11. INTERNI MARKETING	35
11.1. Nagrade TZG Poreč	35
11.2. Projekt Plava zastava	35
11.3. Suradnja sa okolnim turističkim zajednicama	36
12. OSTALI TROŠKOVI	37
12.1. Izdaci za donacije	37
12.2. Donacija za HOO	37
12.3. Transfer bruto sredstava u gradski proračun	38
13. FINANCIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU	39
PRILOZI	
I DOLASCI I NOĆENJA PO ZEMLJAMA OD 01.01.-31.10.2014.	40
II FINANCIJSKI PLAN I ZA 2015. GODINU	42
III FINANCIJSKI PLAN II ZA 2015. GODINU	44
IV PREGLED PARTICIPACIJE UPLAĆENE BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA 2013. I 2014. GODINU	47
V PREGLED PRIHODA TZG POREČ	48
VI PLAN PRIHODA SA RASPODJELOM B.P. I ČLANARINE PO KORISNICIMA ZA 2015. GODINU	49

1. UVOD

Ovogodišnja turistička sezona rezultat je niza pripremnih promidžbenih aktivnosti svih uključenih u sektor turizma, od turističkih subjekata, Ministarstva turizma, HTZ-a, do cjelokupnog sustava turističkih zajednica te naših inozemnih predstavništava.

Unatoč gospodarskoj krizi koja je umanjila turističke posjete s naših važnih emitivnih tržišta (Njemačke, Italije), kriznog stanja i devalvacije Rublje za goste sa Ruskog tržišta s optimizmom možemo gledati na kraj još jedne uspješne turističke sezone.

Na području naše turističke zajednice ostvaren je pad broja noćenja od 3% što smatramo dobrim rezultatom u usporedbi sa 2013. godinom koja je prema turističkom prometu u destinaciji rezultirala rekordnom.

Što se tiče naših najvažnijih tržišta (do 31.10.) gosti iz Njemačke su ponovno ostvarili najviše noćenja, slijede austrijanci, slovinci, četvrto mjesto zauzimaju gosti iz rusije te peto talijani. Pozitivne rezultate i značajnija noćenja su ostvarila tržišta poput Britanskog, Nizozemskog, Češkog, Poljskog i Mađarskog što dokazuje da 2013. godina nije bila slučajnost, odnosno potvrđuje uspješno provedene marketinške aktivnosti.

Akcije kooperativnog oglašavanja sa županijskom turističkom zajednicom i hotelijerima su dale dodatni impuls u stvaranju pozitivnog turističkog image-a destinacije, a udruživanjem sredstava prema modelu „II“ zajedno sa HTZ-om uspješno smo bespovratno osigurali dodatnih 305.000 kn za promociju što se pozitivno odrazilo na ukupne marketinške aktivnosti.

Manifestacije su realizirane uobičajenom dinamikom, a mega manifestacije još jednom pokazale da su nezaobilazni dio ponude destinacije. U plan i program je uvršten po prvi puta mega projekt Poreč Rise Up koji je pokazao

potencijal destinacije i prostora uvale Peškera ugostivši svjetska imena pop glazbe.

U suradnji sa TZO Tar – Vabriga te TZO Funtana realiziran je sajam u Vicenzi u kojoj smo uz turističku predstavili i sportsku, kulturnu i povijesnu ponudu grada Poreča, a posredstvom HTZ-a, TZIŽ-a te vlastitim kanalima ugošćeno je 50-ak ekipa stranih novinara te ugošćene 3 studijske grupe. Sudjelovali smo na predstavljanju destinacije u Utrechtu (NL), Poingu (DE) i Beogradu.

Za privatne iznajmljivače održane su dvije tematske radionice, sa aktualnim temama kao što su:

- Certifikat energetske učinkovitosti
- Kreditne linije
- Projekt on line prijave gostiju

Nadalje, nastavili smo sa implementacijom postavki destinacijskog marketing management sustava i to kroz projekt novog Image kataloga, 3 nova video uradka, valoriziranje potencijala destinacije kroz konkurentske proizvode (2 nove manifestacije u periodu predsezona – Poreč Granfondo, Poreč Rise Up), suradnja privatnog i javnog sektora oko planiranja i provođenja marketinških aktivnosti (zajedničko oglašavanje novih proizvoda (Poreč Granfondo, Poreč Rise Up), kooperativno oglašavanje, nastavak infrastrukturnih projekata sa ciljem poboljšanja uvjeta boravka gostiju – projekt plaža, projekt javne rasvjete u pječačko rekreativnoj zoni Borik i sl.

Povećali smo posjetu web portalu, naročito sa emitivnih tržišta. On line oglašavanja su i ove godine u najvećoj mjeri bila zastupljena u odnosu na klasična, a aktivnija prisutnost na društvenim mrežama pridonijeli su porastu posjećenosti web portala za 22%. Značajno je promijenjena struktura posjeta po kanalima prometa – broj pristupa na web preko

mobilnih telefona i tableta je u značajnom porastu (mob. tel. 126%, tableti 90%), dok je broj pristupa preko PC-a pao za 2%.

Turistička 2014. je bila vrlo neizvjesna i teška godina, sa produbljenom krizom emitivnih tržišta, izrazito nepovoljnim vremenskim uvjetima, ratnom situacijom koja se negativno odrazila na Rusko i Ukrajinsko tržište i nizom drugih otegotnih okolnosti koje su rezultirale padom turističkog prometa. Usprkos tome realizirali smo gotovo sve projekte prema zacrtanom planu i programu te uveli novu mega manifestaciju otvaranja turističke sezone „Poreč Rise Up“.

2. VIZIJA I CILJEVI

Suradnja između privatnog i javnog sektora te podrška lokalne samouprave dovela je do kvalitetnog pozicioniranja destinacije na međunarodnom turističkom tržištu. Turistički neizvjesna 2014. godina pokazala je još jednom da je turistički sektor vrlo ranjiva kategorija podložna raznim utjecajima o kojima na kraju ovisi razlika u turističkom prometu.

Činjenica da cjelokupan turistički sektor mora poraditi na tome da u pred i posezoni ali i u glavnoj turističkoj sezoni stvorimo uvjete koji će privući nove goste ostaje aktualna kao vizija i za 2015. godinu. Determinantu ulogu u boljem plasmanu kapaciteta vidimo u projektu spajanja Clustera poreštine u jedinstveni **brand Poreč** prema uzoru na sjeverozapadni Cluster. Jedinstveni vizualni identitet, razvoj specifičnih proizvoda, destinacijski web portal, zajednički kalendar događanja, ulaganje u mega evente koji se mogu aplicirati na cjelokupni Cluster, zajedničke promotivne aktivnosti samo su neke od prednosti spajanja.

Ulaganja Clustera mora biti usmjereno prema novim atrakcijama koje mogu biti motiv dolaska novih gostiju u destinaciju, razvoju proizvoda naročito u pred i posezoni te infrastrukturnim investicijama, naročito onih koje mogu privući bespovratna sredstva fonda za turizam (povezivanja bike staza, tematske plaže) i sl.

S obzirom na specifične proizvode koje bi Cluster razvijao potrebno je sve marketinške aktivnosti usmjeriti prema privlačenju specifične grupacije korisnika putem opinion makera, novinara ili sudjelovanjem na specijaliziranim sajmovima.

3. FUNKCIONALNI MARKETING

Jedna od najznačajnijih i nezaobilaznih funkcija svih turističkih zajednica je permanentno ulaganje u poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji. Poreč je destinacija koja vodi brigu o uređenosti javnih površina, plaža, biciklističkih staza, o čistoći mora i podmorja te o propisanoj turističkoj i bike signalizaciji. Upravo iz tog razloga permanentno ulažemo u dotične aktivnosti kako bismo kao destinacija pokazali vjerodostojnost i opredijeljenost kvalitetnom i odgovornom turizmu. U nastavku navodimo planirane aktivnosti u 2015. godini:

3.1. BIKE STAZE

- predstavljaju važan segment ponude destinacije, a porečki klaster vodi brigu o više od 100 km uređenih i označenih staza. Osim toga permanentno ulažemo i u održavanje staza što podrazumijeva košnju, saniranje divljih odlagališta smeća, navoženje materijala po stazi i sl.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni iznos: 50.000 kn

3.2. SMEĐA SIGNALIZACIJA

– turistička zajednica permanentno ulaže sredstva u poboljšanje uvjeta boravka gostiju, što podrazumijeva i ulaganje u turističku signalizaciju. Planirana sredstva će se utrošiti ukoliko bude došlo do oštećenja iz vandalizma ili prometnih nezgoda.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 30.000 kn

3.3. UREĐENJE PLAŽA

– projekt koji podupiremo već dugi niz godina, a predstavlja jedan od najznačajnijih segmenata poboljšanja uvjeta boravka gostiju, s obzirom da je poznato da su sunce i more najznačajniji motiv dolaska naših gosti u destinaciju. Kako su troškovi za sanaciju plaža prilično visoki turistička zajednica će pri realizaciji morati ući u partnerski odnos sa javnim ili privatnim sektorom.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 100.000 kn

3.4. POPRAVAK PANOVA I PLANOVA GRADA

– podrazumijeva trošak sanacije planova grada uslijed vandalizma ili vremenskih utjecaja.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 30.000 kn

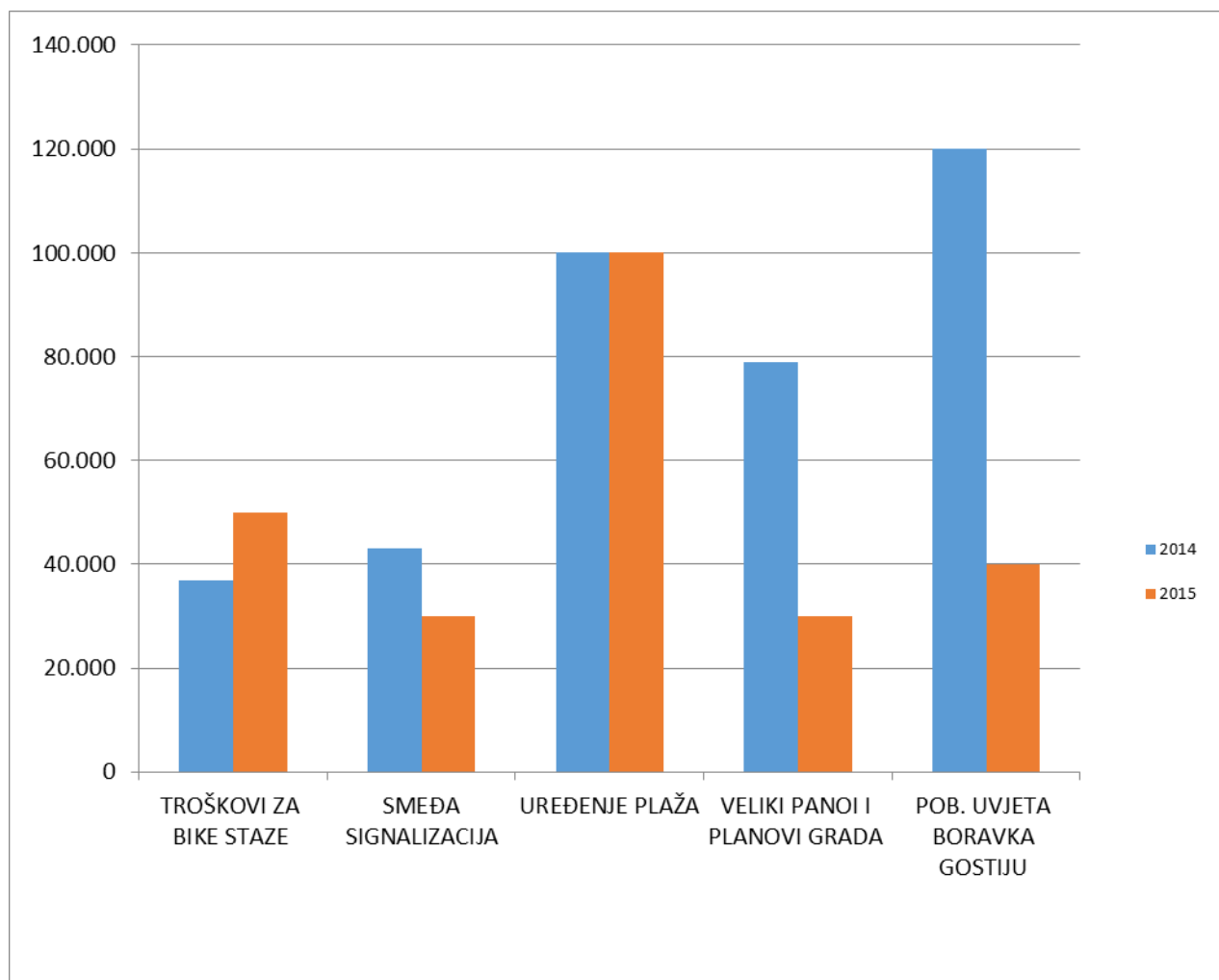
3.5. POBOLJŠANJE UVJETA BORAVKA GOSTIJU U DESTINACIJI

- svake godine se na području našeg TZ-a organiziraju ekološke akcije čišćenja divljih deponija uz šetnice i biciklističke staze, čiste se šumice uz gradske plaže, te interventno djeluje u situacijama u kojima je dovedena u pitanje sigurnost gosta te njegovo nesmetano uživanja u ponudi destinacije.

Nositelj projekta: TZG Poreč i grad Poreč

Predviđeni trošak: 40.000

RBR	OPIS	GODINE		index
		2014	2015	
1	TROŠKOVI ZA BIKE STAZE	36.992	50.000	135
2	SMEĐA SIGNALIZACIJA	43.000	30.000	70
3	UREĐENJE PLAŽA	100.000	100.000	100
4	VELIKI PANOI I PLANOVI GRADA	79.037	30.000	38
5	POB. UVJETA BORAVKA GOSTIJU	120.000	40.000	33
6	UKUPNO	379.029	250.000	66



4. MANIFESTACIJE

TZG Poreč je u već nekoliko turističkih sezona koordinator i glavni organizator svih manifestacija na području našeg grada. Svi su ovogodišnji projekti osim Terra Magica Bike (preseljena u Rabac), Rekreativne Parenzane te Veselog vikenda (nepovoljne vremenske prilike) realizirani prema zacrtanom planu i programu rada za 2014. godinu.

Osvrtom na najznačajnije evente u 2014. godini možemo konstatirati da smo u travnju po prvi puta realizirali manifestaciju Poreč Gran Fondo odnosno rekreativnu biciklističku utrku koja je okupila cca 200 tinjak biciklista i vrlo kvalitetno popunila sadržaj predsezone te pokazala kako ima potencijala po broju sudionika prerasti u značajan event.

Početak lipnja smo realizirali mega manifestaciju radnog naziva Poreč Rise Up, odnosno otvaranje turističke sezone nastupom svjetski poznatih pop zvijezda koji mogu biti motiv dolaska gostiju i biti izvrsni promotori destinacije. Osim toga prostor uvale Peškera je pokazao da može u potpunosti zadovoljiti potrebe mega eventa. Iako smo samo djelomično ispunili očekivanja u smislu dovođenja novih gostiju u destinaciju dotična manifestacija je zasigurno poslužila kao ogledni primjer dobre organizacije i kvalitetno odrađenih promotivnih aktivnosti.

Sredinom lipnja smo realizirali 6. po redu festival Malvazije koji je ove godine nastupom malvazija iz Slovenije dobio i međunarodnu notu te popratnim sadržajima kvalitetno upotpunio termin predsezone.

Tradicionalni 14. po redu folklorni festival Zlatna sopela i ove je godine održan početkom srpnja te kvalitetom grupa iz cijeloga svijeta ispunio sva očekivanja bez obzira na skromniju popunjenost destinacije kroz prve dvije sedmice srpnja. Osim hrvatskih grupa gostovale su grupe iz Gruzije, Rusije,

Norveške, Tajvana, Španjolske, SAD-a te Italije. Ukupno je sudjelovalo 10 grupa koje su se izmjenjivale tijekom 5 večeri.

U galeriji Galija je bila otvorena izložba radova na temu Mediterana.

Porečko ljeto osmišljeno je kao jednodnevna zabava za goste u destinaciji. S obzirom da jednodnevni programi upotpunjuju odličnu atmosferu u gradu pri odabiru nastojimo zadovoljiti raznolike ukuse pa smo između ostalog priredili tango večer sa argentinskim tango kvintetom El Cachivache, sjaj Porečkog baroka, cjelovečernji koncert klape Kampanel, Jazz on Square, Europa pleše, nastup New Folder banda i dr.

Prva sedmica rujna znači tradicionalno druženje sa najmasovnijim rekreativnim plivačkim maratonom na Jadranu - Porečkim delfinom. I ove smo godine nagrađeni izuzetno povoljnim vremenskim uvjetima, što je za rekreaciju iskoristilo više od 1.000 plivača svih uzrasta. Osim plivača iz Hrvatske tradicionalno su bili brojni plivači iz Mađarske (njih 300), ali i sa drugih emitivnih tržišta: Austrije, Njemačke, Italije, Slovenije. Kako smo i najavili upotpunili smo program raznim zabavnim igrama na vodi pa smo imali demonstraciju Stand Up Paddle-a odnosno modernog oblika veslanja na surf daskama, Yoge i pilatesa na surf dasci, demonstracija Fly boarda, natjecanje u vodenom poligonu te izbor miss i mistera Porečkog delfina. Sadržaj je izvrsno popunio plivački maraton te izazvao odličnu zainteresiranost publike za učestvovanje.

Povijesni festival Giostra održan je sredinom rujna na zadovoljstvo građana Poreštine i velikog broja turista koji su boravili u destinaciji. U petak 12. rujna započeo je svečanim mimohodom te programom na trgu Slobode koji je obuhvaćao dramsku predstavu u Villa Polesini, nastavio u subotu spektakularnim konjičkim turnirom te svečano zatvorio pozornicu u nedjelju 14. rujna sa glazbeno scenskim spektaklom – Lipicanska barokna raskoš. Ovo je dosad najsadržajnije izdanje povijesnog festivala koje je kvalitetom

te angažiranošću i volonterskim radom doprinijelo popularizaciji destinacije u posezoni i nametnulo se kao vodeći sadržaj zabave gostiju.

I ove turističke posezone smo organizirali 2 eventa koja doprinose popularizaciji open air aktivnosti.

Od 20. – 28. rujna smo po 2. puta realizirali projekt Poreč Bike & Gourmet koji uz biciklističke staze promovira ceste vina, maslinovog ulja te agriturizme. Svi su oni u spomenutom terminu nudili samo za bicikliste posebnu ponudu svojih proizvoda. TZ je štampao posebnu brošuru na 4 jezika, a obavljena je i direktna promocija po hotelima, kampovima te biciklističkim stazama u suradnji sa biciklističkim klubom Poreč.

Sredinom listopada održano je 2. izdanje Poreč Triatlona koji je ove godine promijenio mjesto održavanja te preselilo na prostor Zelene lagune iz organizacijskih razloga. Više od 300 natjecatelja koji se nadmeću oko 1,9 km plivanja, 93 km bicikliranja te 20 km trčanja predstavlja izazov svakom učesniku da isproba vlastite granice, a dodatno zadovoljstvo svim posjetiteljima manifestacije koji mogu uživati u jedinstvenom eventu. Zsigurno je sudjelovanje svjetskog prvaka u Ultramaratonu te nekoliko puta prvakinje svijeta u Ironman-u je utjecalo na podizanje popularnosti manifestacije.

Strategija razvoja manifestacija za 2015. godinu podrazumijeva pozicioniranje kvalitetnih sadržaja koji mogu biti motiv dolaska gostiju. Upravo je prema toj strategiji i objavljen javni poziv kojemu je osnovni cilj vrednovanje prema ostvarenom turističkom prometu te ostalim relevantnim podacima kao što su medijska zastupljenost, komplementarnost sa osnovnim motivima dolaska, sadržajima i imidžom destinacije, tradicija održavanja, vrijeme održavanja i dr. Prema tome projekte dijelimo na manifestacije koje su motiv dolaska gostiju u destinaciju te one koji služe za zabavu gostiju. Želja nam je da se veći projekti apliciraju na cjelokupni

Cluster (Tar – Vabrigu i Funtanu) kako bi se i dotične destinacije dodatno marketinški promovirale te pružile dodatni kvalitetni sadržaj.

4.1. MANIFESTACIJE KOJE SU MOTIV DOLASKA U DESTINACIJU

OTVARANJE TURISTIČKE SEZONE – SWATCH BEACH VOLLEY (02.06.-07.06.)

Manifestacija bi po konceptu te atraktivnosti trebala biti motiv dolaska gostiju u destinaciju i kroz 3 godine ostvarivati promet od nekoliko desetaka tisuća noćenja. Centralni teren sa popratnim sadržajima nalazio bi se u uvali Peškera, a nekoliko pomoćnih terena nalazilo bi se u sklopu sportskog centra u Z. Laguni. Poreč bi bio jedna od 6 destinacija u svijetu koje bi ugostile dotični turnir. S obzirom da bi Poreč otvorio seriju turnira bio bi i dodatno marketinški podržan od strane organizatora. Beach volley je kao sport komplementaran sa osnovnim motivima dolaska gostiju u destinaciju (sunce i more) te imidžom Poreča kao destinacije na moru.

Event zahtijeva znatna financijska sredstva koja bismo udružili zajedno sa privatnim turističkim sektorom, potencijalnim sponzorima, turističkim zajednicama Cluster-a, HTZ-om te gradom Porečom.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 1.500.000 kn

ESDU 2015. (20.05.-24.05.)

Europsko prvenstvo u plesu zasigurno je manifestacija koja ima potencijal mega eventa, a svake godine organizator u destinaciju dovede više od 3.000 učesnika te još 2.000 pratitelja koji ostvare više od 20.000 noćenja. U projektu su angažirani svjetski koreografi i suci, a revija odnosno Star night prikazuje vrhunske plesne koreografije. Manifestacija će se u 2015.

godini proširiti dodatnim sadržajima koji će biti sastavni dio festivala pod nazivom Dance Star Urban Challenge. Radi se o natjecanju u crtanju grafita, breakdance battles-u te natjecanje plesnih koreografija. Cilj obje manifestacije je brendirati Poreč kao destinaciju koja u predsezoni okuplja mlade plesače i umjetnike iz cijelog svijeta sa bogatim kulturnim i turističkim sadržajima. Organizator planira proširenjem festivala realizaciju 1.500 dodatnih noćenja.

Nositelj projekta: EOL Adriatic d.o.o.

Predviđeni trošak: 200.000 kn

POREČKI DELFIN (05.09.)

Ovogodišnji 15. po redu međunarodni festival na moru izmamio je na plivanje više od 1.000 sudionika što ga svrstava u red najmasovnijeg rekreativnog plivačkog maratona na Jadranu. U 2014. godini smo maraton obogatili nizom natjecanja u cilju popularizacije sportova na vodi, a u 2015. godini ćemo s obzirom na ostvareni uspjeh to i nastaviti. Kako svake godine na startu Porečkog delfina imamo 350 plivača iz Mađarske isti ostvaruju cca 1.000 noćenja u Cluster-u. Boljim povezivanjem sa organizatorima maratona na Balatonu te snažnijim marketinškim aktivnostima u cilju nam je osim povećanja broja učesnika utjecati upravo na povećanje turističkog prometa.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 230.000 kn

FESTIVAL SALSE (25.09.-28.09.)

Manifestacija koja će se po prvi puta realizirati u Poreču, a kroz nekoliko godina može zasigurno doprinijeti znatnom povećanju turističkog prometa u posezoni. Angažiranjem vrhunskih svjetskih koreografa, plesača te atraktivnost destinacije Poreč utjecat će zasigurno pozitivno na motiv dolaska gostiju u Poreč. Želja nam je kroz nekoliko godina Festival salse aplicirati na Cluster i to tematskim radionicama te pojedinim dijelovima programa.

Nositelj projekta: Plava laguna d.d.

Predviđeni trošak: 30.000 kn

TROFEJ POREČA I ISTARSKO PROLJEĆE (08.03. ; 12.03.-15.03.)

Poreč već dugi niz godina podržava cikloturizam te pripreme kako biciklista rekreativaca tako i profesionalnih biciklističkih ekipa. S tim u vezi svake godine profesionalnim ekipama organiziramo biciklističku utrku koja se boduje po UCI pravilima, a našu destinaciju tim povodom posjeti više od 250 biciklista iz cijeloga svijeta. S obzirom da se utrke organiziraju kroz 2 vikenda biciklističke ekipe ostvare više od 2.000 noćenja što je iznimno vrijedno u predsezonskom periodu.

Nositelj projekta: BK Kamen Pazin

Predviđeni trošak: 100.000 kn

TURNIR U ELEKTRONIČKOM PIKADU (06.06.-13.06.)

Turnir će se održati od 06.06.-13.06., a prema procjenama će sudjelovati više od 2.500 natjecatelja iz cijele Europe, što znači više od 15.000 noćenja. Zbog same popularnosti pikada očekujemo da će u bliskoj budućnosti turnir narasti po broju posjetitelja te postati jedna od vodećih manifestacija po ostvarenom turističkom prometu u destinaciji.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 100.000 kn

EUROPSKO VETERANSKO OTVORENO PRVENSTVO U MAČEVANJU (14.05.-17.05.)

Plod višegodišnje uspješne suradnje Hrvatskog mačevalačkog saveza i grada Poreča nastavlja se istim intenzitetom i u 2015. godini. U terminu od 14. svibnja pa do 17. svibnja organizator očekuje dolazak više od 1000 natjecatelja iz cijele Europe što potvrđuje destinaciju Poreč kao centar mačevalačkih aktivnosti u Hrvatskoj.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 100.000 kn

FINALNI TURNIR SEHA GAZPROM SOUTH STREAM LIGE (25.03.-29.03.)

Turistička predsezona bi finalom Seha lige dobila atraktivan rukometnim turnir koji će u destinaciji realizirati cca 2.500 noćenja. Osim najboljih klubova iz Hrvatske turnir sačinjavaju i klubovi iz Mađarske, Bjelorusije, Slovačke, Srbije, BiH te Makedonije. Liga je odlično medijski popraćena, a vrlo često je finalni turnir motiv dolaska većeg broja navijača u destinaciju.

Nositelji projekta: Seha d.o.o.

Predviđeni trošak: 50.000 kn

VIKEND MANIFESTACIJE

U cilju intenziviranja bike promocije destinacije u 2015. godini planiramo niz aktivnosti u pred i posezoni. S obzirom na odlične uvjete organizirat ćemo sljedeća događanja: Prvomajska Parenzana, Poreč Bike & Gourmet, Poreč Triatlon te cestovnu rekreativnu utrku Poreč Gran Fondo.

Želja nam je uz spomenute projekte privući što veći broj rekreativaca kojima će utrke postati motiv dolaska u destinaciju, a kvalitetnom organizacijom možemo utjecati na popularizaciju i postizanje velikih brojki što se tiče turističkog prometa. Manifestacije smo vrednovali prema ostvarenim noćenjima u 2014. godini.

Predviđeni troškovi i nositelji projekta:

Prvomajska Parenzana: 40.000 kn – BK Poreč (02.05.)

Porečki Triatlon: 100.000 kn – Triatlon Klub Swibir (11.10.)

Poreč Gran Fondo: 40.000 kn – BK Lobarika (11.04. i 12.04.)

Poreč Bike & Gourmet: 30.000 kn – BK Poreč (20.09.-30.09.)

UKUPNO: 210.000 kn

LAGUNA POREČ GRAND PRIX (15.02.)

Biciklistička utrka za mlade krajem veljače koja daje dodatni akcent na popularizaciju biciklističkih sportova, a uvrštena je u UCI-jev kalendar svjetskih biciklističkih evenata. Učestvovati će 25 ekipa sa cca 200 vozača koji će u desinaciji ostvariti cca 1.000 noćenja.

Nositelj projekta: BK Kamen – Pazin

Predviđeni trošak: 30.000 kn

4.2. MANIFESTACIJE ZA ZABAVU GOSTIJU U DESTINACIJI

POVIJESNI FESTIVAL GIOSTRA (11.09.-13.09.)

Povijesni festival koji iz godine u godinu dokazuje kako kvalitetan program može utjecati na atraktivnost dijela godine kada više sunce i more nisu isključivi motiv dolaska gosti u destinaciju. U 2014. godini je ljestvica zabave gostiju dopunjena novim sadržajem (Kraljevski bal Lipicanera) te afirmirala povijesni festival kao nezaobilazan događaj u terminu posezone.

Nositelj projekta: Studio 053

Predviđeni trošak: 300.000 kn

SJAJ POREČKOG BAROKA (lipanj, srpanj, kolovoz)

Želja nam je i u 2015. godini da uz glavni festival koji je u rujnu kroz cijelu turističku sezonu prikazemo našim gostima fragmente iz Giostre (ples, dobošare, konjanike sa konjima, sl) jer se već u 2014. godini program pokazao vrlo uspješnim i prihvaćenim kako od lokalnog stanovništva tako i od mnogobrojnih gostiju Poreštine.

Nositelj projekta: Društvo prijatelja Giostre

Predviđeni trošak: 20.000 kn

FOLKLORNI FESTIVAL ZLATNA SOPELA (01.07.-04.07.)

Festival koji se kroz više od desetljeća etablirao te ima potencijala aplicirati programski dio na širi prostor Clustra.

U 2015. godini osim nastupa grupa iz Hrvatske, iz područja Mediterana planira se gostovanje grupa iz Portugala, Francuske, Italije, Albanije, Grčke, Cipra i Alžira. Izvan područja Mediterana planirane su grupe iz Finske, Bugarske, Rusije, Koreje, Uzbekistana i Meksika. Uz nastup folklornih grupa Zlatna sopela organizirat će školu mediteranskog folklora predviđenu za članove nastupajućih grupa ali i sve zainteresirane ljubitelje folklora, natjecanje solista na mediteranskim puhaćim instrumentima, također za sudionike Festivala ali i sve zainteresirane glazbenike na ovim instrumentima iz zemlje i inozemstva, prezentaciju tradicijske kuhinje mediteranskih zemalja koje sudjeluju na festivalu te izložbu tradicijskih narodnih nošnji jadranskih obala.

Nositelj projekta: TZG Poreč, Musicistra

Predviđeni trošak: 270.000 kn

FESTIVAL MALVAZIJE (svibanj)

Zamišljen kao projekt predstavljanja vinara i vina kroz prezentacijske akcije na porečkoj Rivi u 2014. godini se proširio ponudom malvazija iz Slovenije. Za 2015. godinu smo zamislili projekt proširiti na još 2 dodatna dana (utorak – petak) te ponuditi uz centralno mjesto na porečkoj Rivi promociju Malvazije kroz 4 restorana koji bi osmislili prigodni meni uz nadoplatu. Restorani bi dobili prepoznatljivu oznaku te bismo akciju promovirali kroz vlastite promotivne kanale i kroz kanale promocije turističkih kuća koje bi mogle kreirati i paket aranžmane. Festival bi dobio na kvaliteti i prepoznatljivosti, a eventu bi dali i dodatni impuls uključivanjem domaćih obrtnika.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 100.000 kn

POREČ GRAD MOZAIKA (02.05.-16.05.)

Društvo za Skrb i Promicanje Održivog Korištenja Kulturne Baštine aktivno razvija i implementira programe koji imaju za cilj afirmaciju lokalnih kulturnih specifičnosti kao turističkih atrakcija. Projekt „Mosaic City-Poreč grad mozaika“ - izravno nudi jedinstveni proizvod kulturnog turizma, obavljajući regeneraciju postojeće turističke atrakcije i sadržaja, dajući joj novi, atraktivniji, interaktivniji, kompleksniji i suvremeniji sadržaj. „Mosaic City“ je manifestacija kreativnog turizma, koja turistima pruža mogućnosti da unaprijede svoje kreativne potencijale kroz aktivno učešće u iskustvu koje je karakteristično za ovu lokaciju-mozaička umjetnost.

Nositelj projekta: Društvo za skrb i promicanje održivog korištenja kulturne baštine i umjetnosti – Poreč

Predviđeni trošak: 40.000 kn

USKRS (03.04.-05.04.)

Povodom Uskrsa TZG Poreč već nekoliko godina uspješno organizira svečanost i domjenak za sve posjetitelje grada Poreča. Dijele se besplatno pisanice, tradicionalni kolači, pršut i vino, a pripremi se i bogat zabavni program na trgu Slobode te ulicama grada Poreča. Program je vrlo dobro prihvaćen kako sa strane naših mnogobrojnih gosti tako i sa strane lokalnog stanovništva.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 50.000 kn

POREČKO LJETO (lipanj, srpanj, kolovoz)

Kratka, najčešće jednodnevna događanja na porečkim ulicama pružaju dodatnu zabavu za sve goste koji se zateknu u gradu. Za 2015. godinu planiramo nastaviti sa ponudom kvalitetnijih programa za jednodnevnu zabavu koja pogoduje stvaranje pozitivne atmosfere u gradu.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 150.000 kn

PARENZANA BIKE UTRKA (25.09.-27.09.)

Najpoznatija mountain bike utrka u Istri koja okuplja svjetske zaljubljenike u ovaj ekstremni sport, ali ima i rekreativni karakter te kroz taj segment okuplja svake godine sve više i više biciklističkih zaljubljenika.

Nositelj projekta: Odjel za turizam, TZIŽ
Predviđeni trošak: 40.000 kn

JAZZ U LAPIDARIUMU (srpanj, kolovoz)

Koncertna sezona jazz-a u Lapidariumu traje već 19 godina, a nastup svjetskih imena u jedinstvenom prostoru lapidariuma zavičajnog muzeja čini Poreč nezaobilaznom destinacijom za sve poklonike Jazz glazbe.

Nositelj projekta: POU Poreč
Predviđeni trošak: 20.000 kn

KONCERTNA SEZONA U EUFRAZIJEVOJ BAZILICI (srpanj, kolovoz)

Organizira se već 54. sezonu zaredom i vrlo je važan segment ponude kulturnog turizma. Kako je Eufrazijana jedan od najznačajnijih spomenika na Istarskom poluotoku spoj jedinstvenog ugođaja bazilike i kvalitetne klasične glazbe je nezaobilazan događaj.

Nositelj projekta: POUP – Poreč
Predviđeni trošak: 70.000

TENISKI TURNIR – ISTARSKA RIVIJERA (07.03.-16.03.)

Teniski turnir sa vjerojatno najdužom tradicijom održavanja, a okuplja vrhunske mlade tenisače koji se nadmeću na teniskim terenima Borika. Manifestacija je odlično medijski popraćena.

Nositelj projekta: Riviera Adria – Poreč
Predviđeni trošak: 50.000 kn

STREET ART FESTIVAL (20.08.-23.08.)

Tradicionalni ulični festival koji uveseljava porečke ulice svake godine u kolovozu. Međunarodnog je karaktera, a u sebi uključuje sve vidove umjetničkog izraza, od glazbeno-scenskih nastupa, likovno umjetničkih projekata, do raznih tipova uličnih akrobacija i performansi.

Nositelj projekta: POUP Poreč

Predviđeni trošak: 100.000 kn

SUMMER GAMES U LAGUNI POREČ (srpanj, kolovoz)

Sportske manifestacije koje se provode na prostorima Zelene lagune, a pridonose boljoj potpunosti i raznolikosti programa te dobroj atmosferi i velikim odzivom gostiju. Vrlo često su dotični eventovi motiv planiranja godišnjih odmora s obzirom da su namijenjeni zabavi za cijelu obitelj.

Nositelj projekta: Laguna Poreč

Predviđeni trošak: 120.000 kn

NOVOGODIŠNJI DOČEK NA TRGU SLOBODE (31.12.)

Već nekoliko godina TZ u suradnji sa gradom Porečom te Plavom lagunom i Valamar Rivierom organizira novogodišnji doček na trgu Slobode te kvalitetnim izvođačima pokušava privući što više gosti u destinaciju.

Nositelj projekta: Grad Poreč

Predviđeni trošak: 80.000 kn

VESELI VIKEND ZA SLOVENCE – ŽAGARIJA 2015. (02.05.)

U suradnji sa agencijom Studio Gong iz Slovenije priredili bi za Prvomajske praznike koncert popularne Slovenske pjevačice Tanje Žagar. S tim bi vezali i rekreativnu biciklijadu Prvomajska parenzana koja bi se u paketu nudila

svim gostima Žagarije, a i šire. Agencija bi iskoristila vlastite kanale promocije, a Tanja Žagar bi osobno bila na biciklijadi što bi, vjerujemo, privuklo priličan broj rekreativaca. Večernji koncert bi se održao na trgu Slobode te bi bio poklon svim Slovenskim gostima.

Nositelj projekta: Studio Gong d.o.o.

Predviđeni trošak: 30.000 kn

UMJETNIK NA ODMORU (15.06.-15.09.)

U projektu svake godine sudjeluje nekoliko domaćih i međunarodnih autora, a Hrvatska se smješta na kartu kao aktivna točka zbivanja u suvremenoj umjetnosti. Radovi će biti izloženi u prekrasnom ambijentu Ville Polesini, a izložbe su odlično medijski popraćene te umjencici postaju ambasadori u promoviranju destinacije. Kolonija završava skupnom izložbom u Muzeju suvremene umjetnosti u Zagrebu.

Nositelj projekta: Valamar Riviera

Predviđeni trošak: 40.000 kn

SUPER SURFER CHALLENGE 2015. (27.06.-29.06.)

Manifestacija koja okuplja najbolje stand up Paddle surfere na drugu po redu Elite utrku. Stand up Paddle je najbrže rastući vodeni sport na svijetu, a voziti će se 13 km duga regata od Poreča do Lanterne. Tijekom dvodnevnog natjecanja održat će se prezentacija škole SUP-a te radionica SUP Yoge i bogat večernji zabavni program.

Nositelj projekta: Valamar Riviera

Predviđeni trošak: 20.000 kn

JEDRILIČARSKA REGATA KLASE OPTIMIST (travanj)

Regata klase Optimis najvišeg koeficijenta 1.6 će prema najavi organizatora privući u destinaciju više od 250 natjecatelja iz Hrvatske, Italije, Slovenije i Austrije. Manifestacija pruža idealnu priliku svim jedriličarima za isprobavanje forme na početku jedriličarske sezone. Regata će se odvijati početkom travnja, a trajat će od petka do nedjelje.

Nositelj projekta: JK Horizont - Poreč

Predviđeni trošak: 10.000 kn

4.3. MANIFESTACIJE U 2015. GODINI

rbr	Naziv manifestacije	2014	2015	Indeks
MANIFESTACIJE KOJE SU MOTIV DOLASKA U DESTINACIJU				
SPORTSKE MANIFESTACIJE				
1	Otvaranje turističke sezone (SBVMS)	1.213.412	1.500.000	124
2	Otvaranje turističke sezone - sponzorstva	459.900	0	0
3	Porečki Delfin	249.276	230.000	92
4	Trofej Poreča i Istarsko proljeće	100.000	100.000	100
5	Turnir u elektroničkom pikadu	100.000	100.000	100
6	Prvenstvo u mačevanju	50.000	100.000	200
7	Finalni turnir Seha Gazprom lige	0	50.000	0
8	Poreč Triatlon	138.133	100.000	72
9	Poreč Gran Fondo	132.018	40.000	30
10	Laguna Poreč Grand Prix	0	30.000	0
ZABAVNE MANIFESTACIJE				
11	ESDU	100.000	200.000	200
12	Festival Salse	0	30.000	0
A	UKUPNO	2.542.739	2.480.000	98
MANIFESTACIJE ZA ZABAVU GOSTIJU				
KULTURNE MANIFESTACIJE				
1	Povijesni festival Giostra	390.000	300.000	77
2	Sjaj porečkog baroka	50.000	20.000	40
3	Folklorni festival Zlatna sopela	373.011	270.000	72
4	Poreč grad mozaika	40.000	40.000	100
5	Jazz u Lapidariumu	20.000	20.000	100
6	Koncertna sezona u Eufrazijevoj Bazilici	70.000	70.000	100
7	Street art festival	100.000	100.000	100
8	Umjetnik na odmoru	25.000	40.000	160
SPORTSKE MANIFESTACIJE				
9	Parenzana bike utrka	40.000	40.000	100
10	Teniski turnir - Istarska rivijera	50.000	50.000	100
11	Summer games u Laguni Poreč	130.000	120.000	92
12	Super Sufrer Challenge	10.000	20.000	0
13	Jedriličarska regata klase Optimist	10.000	10.000	100
14	Poreč Bike & Gourmet	24.525	30.000	122
15	Prvomajska Parenzana	6.050	40.000	661
GOURMET MANIFESTACIJE				
16	Festival Malvazije	160.000	100.000	63
ZABAVNE MANIFESTACIJE				
17	Uskrs	53.933	50.000	93
18	Porečko ljeto	151.091	150.000	99
19	Novogodišnji doček na trgu Slobode	95.000	80.000	84
20	Veseli vikend za Slovence	9.500	30.000	316
21	Proljeće u Poreču	50.000	0	0
OSTALE MANIFESTACIJE				
22	Ostale manifestacije	78.000	0	0
B	UKUPNO	1.936.110	1.580.000	82
C	UKUPNO A + B	4.478.849	4.060.000	91

5. RAZVOJ NOVIH PROIZVODA

BIKE PROIZVOD

–prema završnom dokumentu DMMS-a jedan od nezaobilaznih proizvoda klastera temelji se na bike-u.

Kako će se razvoj DMO-a bazirati na direktnoj promociji kroz razvoj novih i postojećih proizvoda predstoji nam ispromovirati bike evente preko specijaliziranih sportskih portala ili tiskovina te u suradnji sa odjelom za bike proizvode – Istria Bike sudjelovati na bike sajmovima kako bismo potaknuli potencijalne goste da razmišljaju o Poreču kao bike friendly destinaciji. U 2014. godini smo uveli Poreč Gran Fondo i ustanovili da je na dotičnoj, a i svim drugim manifestacijama potrebno cijelu godinu intenzivno raditi na različitim kanalima promocije u cilju popularizacije eventa. Upravo tu vidimo značaj posebnog odjela za bike koji bi kroz cijelu godinu na nivou Istre organizirao i provodio promotivne aktivnosti na emitivnim tržištima u cilju privlačenja velikog broja vozača na pojedine evente . Nadalje jedan od glavnih ciljeva odjela bi trebao biti sudjelovanje u oglašavanju u specijaliziranim časopisima te sportskim portalima te s tim u vezi udruživanje sredstava zajedno sa HTZ-om. Sinergija promotivnih aktivnosti na nivou Istre trebala bi u skoro vrijeme rezultirati većom posjetom bike evenata te većim turističkim prometom u pred i posezoni što nam je svima cilj.

Nositelj projekta: Istria Bike - TZIŽ

Predviđeni trošak: 80.000 kn

6. TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTAR

Djeluje u sklopu TZG Poreč, a osnovni cilj je kontinuirano poboljšanje pružanja informacija prema korisnicima, te sustavno uključivanje u sve procese djelovanja privatnog smještaja – od prijave do naplate boravišne pristojbe. Dugogodišnjim ulaganjem u opremu i korisničke programe unaprijedili smo sustav prijave i odjave, kako bi se informatori više mogli posvetiti gostu. Nadalje u 2014. godini smo proveli edukaciju privatnih iznajmljivača pokušavajući ih motivirati zanimljivim temama koje se tiču djelatnosti kojom se bave. Cilj nam je i u 2015. godini nastaviti s edukacijom privatnih iznajmljivača kako bismo imali što više korisnika programa on line.

Nadalje sustav kontrole koji je u 2014. godini iz Državnog inspektorata preuzela Carinska uprava je utjecao na znatno smanjenje potraživanja dugovanja iz prethodnih razdoblja te smanjivanje nelegalnog iznajmljivanja.

6.1. OSPOSOBLJAVANJE

Odlaskom troje stalnih djelatnika potrebno je napraviti kvalitetnu reorganizaciju te nadopunu kadra zbog posebnosti vođenja podataka te stalnim izmjenama zakonskih odredbi čija je primjena pod stalnom inspekcijskom kontrolom. Usavršavanje jezika i komunikacijskih vještina je nešto što je neophodno kontinuirano razvijati. U planu nam je nadopuniti radno mjesto Voditelja projekata i informativne te radno mjesto Informatora.

6.2. BAZA PODATAKA

Zbog manjkavosti informatičkih sistema i nepotpunih te netočnih podataka baza podataka je neiskoristiva pa je treba upotpuniti i u duhu vremena učiniti dostupnom, preglednom i svrsishodnom. Zbog toga je komunikacija sa korisnicima ograničena, nemoguće je izvješćivanje i nema povratnih informacija. Jedan od prioriteta aktivnosti u 2015. godini je koordiniranim aktivnostima zajedno sa Carinskom upravom te Uredom za gospodarstvo

poraditi na točnosti podataka kako bi se izbjeglo netočno zaduživanje koje povlači za sobom niz mjera. Boljom koordinacijom sa dotičnim službama možemo znatno utjecati na smanjenje potraživanja po osnovi boravišne pristojbe.

Nositelj projekta: TIC

Predviđeni trošak: 760.000 kn

7. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

7.1. STVARANJE BAZE PODATAKA

Turistička zajednica je za potrebe državne statistike dužna održavati bazu podataka privatnog smještaja, a isto tako ulagati u nove sustave odnosno izmjene programa kojih ima više puta u godini. Svake godine se postojeći programi evidencije i usporedbe fizičkog prometa nadopunjuju novim modulima koji nam daju točnije i brže podatke za interne potrebe te za potrebe naših korisnika.

Nositelj projekta : TZG Poreč

Predviđeni trošak: 15.000 kn

7.2. BAZA FOTOGRAFIJA

U 2015. godini nastaviti ćemo sa stvaranjem baze fotografija za različite potrebe (od web-a do tiskanih materijala) i za različitu upotrebu (od turističkih agencija do novinara i turoperatora).

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 20.000 kn

7.3. PROMOTIVNI VIDEO MATERIJAL

U 2014. godini smo realizirali projekt 3 nova video uratka gdje smo prikazali destinaciju, evente te sportsku ponudu Poreča. I u 2015. godini nastavljamo sa snimanjem materijala sa manifestacijama za različite kanale promocije.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 20.000 kn

7.4. BRENDIRANJE CLUSTERA POREČ

Projekt koji prethodi klusterskom web portalu je nadogradnja sadašnjeg vizuala TZG Poreč „You complete us“ te aplikacija na cjelokupni Klaster Poreštine čime bismo dobili veću prepoznatljivost i znatno utjecali na troškove promocije, tiskanja te sajмова i prezentacija. Projektom ne bismo narušili integritet pojedine destinacije, naprotiv, sinergijom bi utjecali na isticanju komparativnih prednosti svakog dionika posebno.

Cluster bi nadalje surađivao na razvoju novih proizvoda, poticanju mega evenata kao i zajedničkom kalendaru događanja sve u cilju kvalitetnijeg plasmana turističkih kapaciteta, naročito u terminu pred i posezone.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 30.000 kn

7.5 E-MARKETING, PROMOTIVNI INFORMATIČKI SUSTAV TURISTIČKE ZAJEDNICE

Turistička zajednica Grada Poreča postojeći je web-portal objavila prije 5 godina, po tada prihvaćenom konceptu i prihvaćenom web-dizajnu. U proteklih pet godina nastale su brojne promjene prije svega u mogućnostima i načinu korištenja internet sadržaja, elektronskog marketinga, tehničko-tehnološkim mogućnostima, web-dizajnu ali od 2013. i u vizualnom identitetu Turističke zajednice.

U proteklim godinama ulagana su značajna sredstva u on-line promociju web portala putem plaćenih on-line kampanja, profila na društvenim mrežama, optimizacije tekstova i ostalih sadržaja (SEO). Akcijama na području e-marketinga cilj je i dalje povećavati posjećenost web-portala turističke ponude Poreča, a veći broj posjeta je i veći broj potencijalnih

gostiju Poreča, bilo da se radi o gostima u hotelskom ili privatnom smještaju.

U 2014. godini portal to-porec.com bilježi od 1.1. do 09.10.2014 index porasta broja posjeta 22,31 % u usporedbi na isto razdoblje prošle godine. Ove je godine zabilježeno 353.418 POSJETA te 268.971 POSJETITELJ. Prosječno se po posjeti pregledalo 3,65 stranica, što ispada ukupno 1.291.736 pregledanih stranica do 9.10.2014.

Prosječno vrijeme zadržavanja na stranicama je 2,54 minuta.

Najveći broj posjeta dolazi preko Google tražilice i to 62,40 %! Ovdje moramo razumjeti naviku posjetitelja koji adresu www.to-porec.com ne upisuju u tzv. adress bar u pregledniku, već adresu upisuju u GOOGLE POLJE te samim time generiraju veći broj posjeta preko tražilice. Dakle, taj podatak ne možemo uzeti kao objektivian podatak o uspješnosti prisutnosti na tražilicama.

Preko plaćenog Google oglašavanja imamo 11,74% posjeta, direktnim pristupom na adresu to-porec.com generirano je 10,30% posjeta, preko plaćenih oglasa na ruskoj Yandex tražilici dobili smo 1,21% posjeta.

Najčešće korištene ključne riječi bile su: porec, parenzo, poreč, porec croatia, tz poreč, turistička zajednica poreč, ferienwohnung poreč,.... Gledano po zemljama, najveći broj posjeta dolazi iz Hrvatske (76.602), Njemačke (59.332), Italije (58.752), Austrije (32.080), a slijede Slovenija (30.092), Engleska (18.399), Rusija (13.776), Nizozemska (9.147).

Najviše posjeta odnosi se na ulaznu stranicu, nakon čega gosti najčešće odabiru pregled IZLETA na njemačkom jeziku, kalendar događanja na njemačkom jeziku, noćna zabava na njemačkom...

U 2015. godini će aktivnosti biti usmjerene na slijedeće:

- Uvođenje novog CMS sustava i redizajn web portala
- nastavak aktivnosti na društvenim mrežama
- ažurno uređivanje web sadržaja na portalima TZG Poreč

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni troškovi: 180.000 kn

8. TISKANJE

8.1. IMAGE KATALOG

Brošura koja je doživjela novo izdanje u 2014. godini distribuirana je po svim informativnim centrima u destinaciji te za potrebe sajmovi u HTZ.

Trošak predviđen u 2015. godini odnosi se na dodatno tiskanje.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 75.000 kn

8.2. INFO & EVENTS – INFORMATOR

Vrlo popularni format ove knjižice koja objedinjava kompletnu ponudu klastera na jednom mjestu te svih evenata doprinijelo je tome da svake godine dijelom i komercijalno pokrijemo troškove štampanja.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 50.000 kn

8.3. PLANOVI GRADA, WELCOME, BIKE KARTA

Brošure koje služe kao idealna informacija za goste koji su prvi puta u destinaciji, a pojedine hotelske kuće ih stavljaju u svaku sobu. S obzirom na veliku potražnju svake godine iziskuju dodatno tiskanje.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 50.000 kn

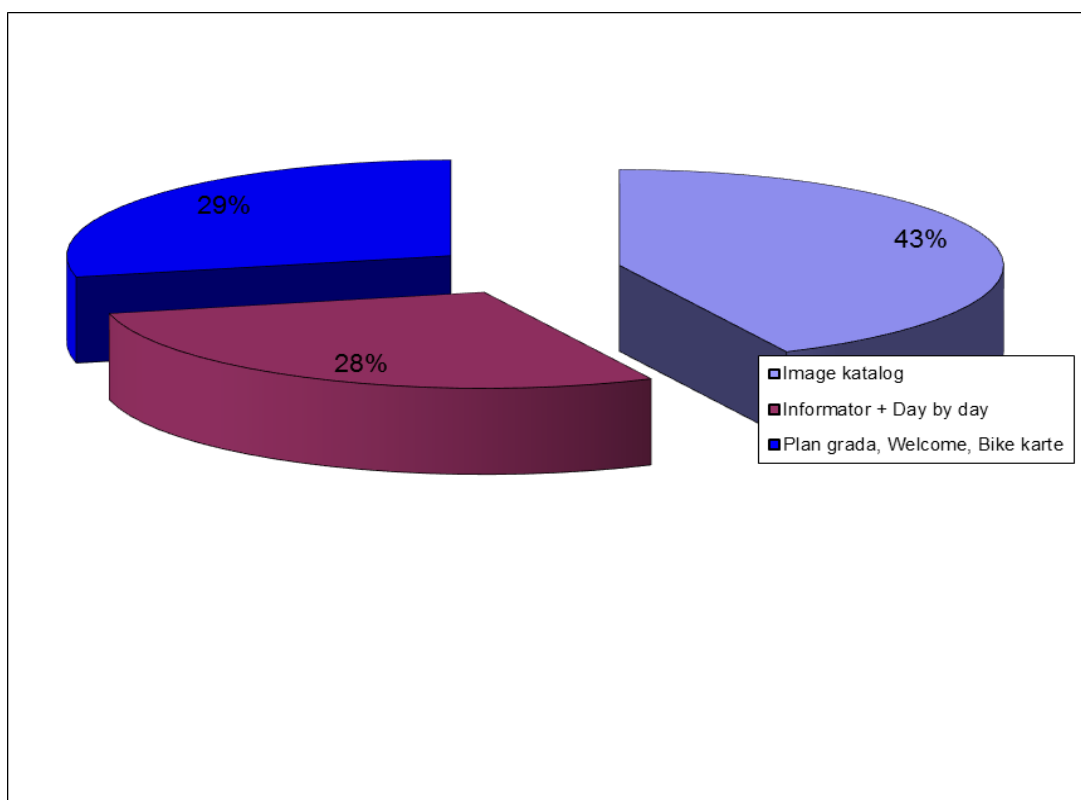
8.4. OSTALA TISKANJA

Odnosi se na tiskanje tekstova, mapa, plakata, raznih letaka, plastičnih ili papirnatih vrećica, memoranduma, računa i drugih materijala. Jedan dio ovih materijala koristi se za sajmove, a drugi za potrebe TZ, na zahtjev raznih korisnika sa područja naše turističke zajednice.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 25.000 kn

R.B.	OPIS	NAKLADA	PLANIRANI IZNOS
1	Image katalog	10.000	75.000
2	Informator + Day by day	25.000	50.000
3	Plan grada, Welcome, Bike karte	20.000	50.000
4	Grafička priprema		30.000
5	Ostali materijal		20.000
6	Ostala tiskanja		25.000
7	UKUPNO		250.000

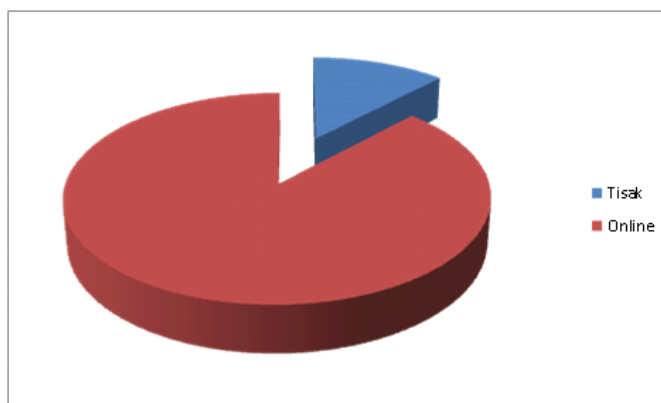


9. PROMOCIJA

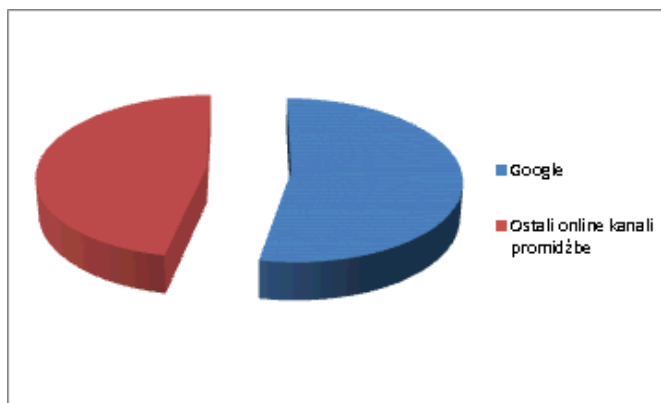
9.1. UDRUŽENE MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

U 2014. godini Hrvatska turistička zajednica je prihvatila kandidaturu Turističke zajednice Poreča za Udruženo oglašavanje, po Modelu II (promocija destinacije), te smo posljedično imali osjetno više budžeta za promociju destinacije Poreč, nego što je bio slučaj lani.

Proveli smo promotivnu kampanju oglašavanja koristeći tiskane medije i oglašavanje na Internetu. Omjer raspodjele budžeta je bio 12% za tiskane medije i 88% za Internet.



Kod oglašavanja na Internetu, fokus je stavljen na oglašavanje na Google-ovoj pretraživačkoj i prikazivačkoj mreži, koja, u odnosu na ostale online platforme, čini 53% od budžeta namijenjenog za online promociju.



Za platformu oglašavanja u tiskanim medijima, odabrali smo tzv. *Bauer best age* paket oglašavanja u njemačkim medijima, putem kojega smo ciljali poglavito na žensku populaciju dobi 50+ godina, obzirom da je ta ciljana skupina i dalje izrazito sklona svojim omiljenim tiskanim medijima u koje polaže i visok stupanj povjerenja (uključujući i objavljene oglase). Ovim smo paketom tiskanog oglašavanja dosegli čak 8,4 milijuna čitatelja kroz objavljene oglase TZ Poreč u gotovo 4 milijuna primjeraka magazina koji su u spomenutom paketu.

Vezano uz online oglašavanje, ovogodišnja raspodjela budžeta s naglaskom na promociju na Internetu je bila izrazito kvalitetna, obzirom da je trend korištenja Interneta u planiranju putovanja i godišnjih odmora u konstantnom i progresivno rastućem trendu. U prilogu možete naći analizu usporedbe broja posjeta web stranica TZ Poreč s najvažnijih ciljanih tržišta u 2013. godini s istim razdobljem u 2012. => očit je značajan rast posjećenosti web stranica TZ Poreč od preko **22%** u odnosu na lanjski period.

TZ je provela oglašavanje destinacije na tražilici Google i društvenoj mreži facebook na ciljanim tržištima, kao i oglašavanje banner-ima na unaprijed definiranim, pomno odabranim, iznimno dobro posjećenim portalima. Rezultati su kako slijedi:

- Oglašavanje na Googleu je ove godine, do 9.10. dovelo **41.495 posjeta Internet stranicama TZ Poreč**, a oglasi TZ Poreč na pretraživačkoj i prikazivačkoj Google mreži su se **prikazali čak 18.480.897 puta**
- Oglašavanje na Facebooku je do 9.10.2014. polučilo ukupno **34.785 klikova**, koji su generirali **6.797 Like-ova** Facebook stranice TZ Poreč (**49%** od ukupnog broja Like-ova na datum 10.10.2014.)

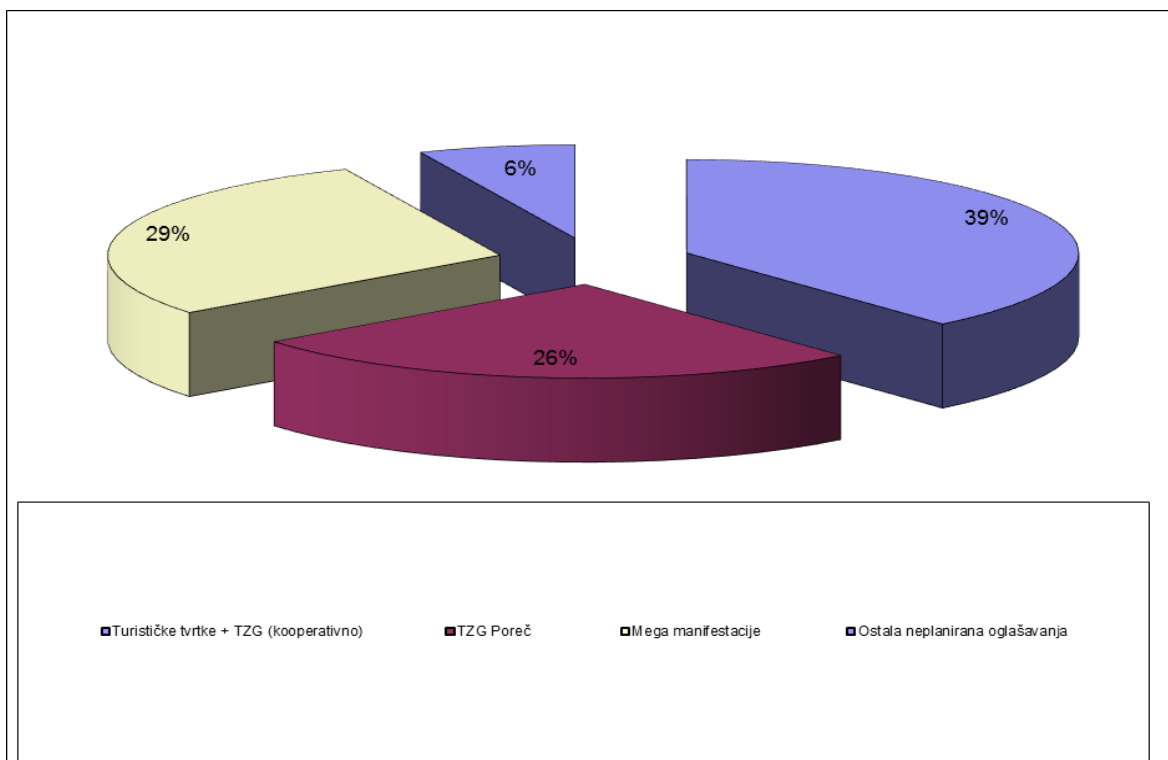
- Oglašavanje na ostalim online platformama tijekom 2014. godine je do 9.10. polučilo ukupno barem **154.693.608 prikazivanja oglasa TZ Poreč** na ciljanim tržištima, te barem **27.638 klikova na oglase TZ Poreč**.

Naravno, za konačne rezultate treba pričekati, obzirom da su neke od ovogodišnjih online kampanja još uvijek aktivne i još uvijek prikupljaju kvalitetne posjete web stranicama TZ Poreča.

Za 2015. godinu predložemo sličan koncept oglašavanja kao i ove godine, a koji bi uključivao optimalan media miks pažljivo odabranih tiskanih i online medija. Svakako ćemo ponovo razmotriti *Bauer Best Age* paket kao optimalnu platformu oglašavanja u tiskanim medijima za ciljano publiku i segment TZ Poreč.

Po pitanju oglašavanja na Internetu u 2015. godini, potencirat ćemo nastavak uspješnog oglašavanja na Googleu i facebooku najvažnijih ciljanih tržišta, te ćemo ponovo ciljati kvalitetne web portale za plasman banner-oglasa Turističke zajednice Poreča, u cilju prikupljanja što više kvalitetnih posjeta web stranicama www.to-porec.com po što nižoj prosječnoj cijeni klika na oglas, ali istovremeno i u cilju što većeg broja prikazivanja oglasa TZ Poreč na ciljanim tržištima, radi kvalitetnog brendiranja Poreča kao poželjne turističke destinacije.

rbr	OPIS	2014	2015	indeks
1	Turističke tvrtke + TZG (kooperativno)	400.000	300.000	75
2	TZG Poreč – destinacija	337.060	200.000	59
3	Mega manifestacije	200.000	225.000	113
4	Ostala neplanirana oglašavanja	45.582	50.000	110
5	UKUPNO	982.642	775.000	79



9.2. STRATEŠKI MARKETING PLAN ISTRE

Suradnja sa regionalnom turističkom zajednicom ostvaruje se putem strateškog marketing plana kao i akcijama prihvata novinara, financiranju određenih destinacijskih brošura, zajedničkim kooperativnim oglašavanjem te potporama DMC proizvodima (ciklo turizmu, cestama vina i maslinovog ulja, ronjenju, kulturnom turizmu, i sl.). U 2015. godini još snažnije financiramo aktivnosti koje se godišnje provode u cilju dovođenja što više avio gosti u destinaciju, ali i u promociju web portala kojim bi se trebala objediniti kompletna ponuda regije.

Nositelj projekta: TZIŽ
Predviđeni trošak: 724.230 kn

9.3. PR AKTIVNOSTI

PRIHVAT NOVINARA I STUDIJSKIH GRUPA

PR aktivnost predstavlja uz udruženo oglašavanje jednu od najvažnijih aktivnosti turističke zajednice koja se provodi tijekom godine. Istru godišnje posjeti oko 50-ak ekipa turističkih novinara, ali i isto toliko lifestyle novinara, opinion lidera te opinion makera. Putem njih priča o Istri prenosi se na veliki broj čitatelja kroz tiskane publikacije i web portale diljem svijeta. Aktivnosti koje se poduzimaju su različite, a ovise o zahtjevima same grupe ili pojedinca.

Turistička zajednica organizira prijem, vođenje uz stručnog vodiča te ručak ili večeru.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 80.000 kn

9.4. SAJMOVI I PREZENTACIJE

ORGANIZACIJA SAJMOVA

Sajmovi su još uvijek nezaobilazan kanal susreta ponude i potražnje, a važni su i za male hotele, pansionere, privatni smještaj i agencije. TZG Poreč ravnopravno zastupa interese svakog oblika turističkog smještaja te na sajmu nastupa zajedno sa Clusterom Poreštine: Tar – Vabriga te Funtana.

Sajamski nastupi TZG Poreča u 2015. godini:

R.B.	NAZIV SAJMA	GRAD	TERMIN
1	TEMPO LIBERO	VICENZA	13.03. - 15.03.2015.
2	FREIZEIT	NÜRNBERG	18.03. - 22.03.2015.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 40.000 kn

ORGANIZACIJA PREZENTACIJA

Turistička zajednica godišnje odradi nekoliko prezentacija prema dogovoru sa Plavom Lagunom i Valamar Rivijerom ali isto tako i prema trenutnoj potrebi reagiranja spram određenih tržišta. Kako je tržište Rusije u posljednje dvije godine u značajnijem padu za 2015. godinu planiramo marketinške akcije u cilju promocije destinacije. Nadalje, uz realizaciju turnira Swatch Beach Volley 2015. godine stječemo pravo na prezentaciju destinacije u svim gradovima domaćinima turnira u 2015. godini pa ćemo se sljedeće godine predstaviti u Münchenu, Stavangeru, Stare Jablonki i Klagenfurtu.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 80.000 kn

10. INTERNI MARKETING

10.1. NAGRADE TZG POREČ

U sklopu eko akcije koju provodi HTZ i TZIŽ naša turistička zajednica provodi eko akciju „Dodir leptira“ kojom ocjenjujemo uređenost balkona, okućnica te mjesnih odbora van šireg centra grada Poreča. Time indirektno utječemo na uljepšavanje svih prilaza gradu Poreču. U sklopu dotične akcije svake godine čistimo otoke porečkog akvatorija te u suradnji sa ronilačkim klubom podmorje ispred porečke rive. U 2015. godini nastavljamo sa projektom kontrole i suzbijanja populacije galeba Klaukavca.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 40.000 kn

10.2. PROJEKT PLAVA ZASTAVA

Projektom Plava zastava Poreč je postao jedan od najtrofejnijih gradova u Hrvatskoj s obzirom na broj podignutih zastava. U 2015. godini nastavljamo sa potporom projektu, a TZG Poreč se pojavljuje u svojstvu koordinatora.

Nositelj projekta: TZG Poreč, Plava laguna

Predviđeni trošak: 10.000 kn

10.3. SURADNJA SA OKOLNIM TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA

Gosti koji posjećuju našu destinaciju sve više traže sadržaje koje nudi istarski poluotok pa često posjećuju ceste vina i maslinovog ulja te razne pučke fešte koje upotpunjuju ponudu naše destinacije. Vrlo je važno da smo povezani sa okolnim turističkim zajednicama jer sinergijom postajemo još interesantniji za gosta koji je u potrazi za domaćom atmosferom, smještajnim kapacitetima u agroturizmu, kvalitetnim sportsko rekreativnim uslugama i sl.

Najvažniji projekti koje ćemo u 2015. godini poduprijeti:

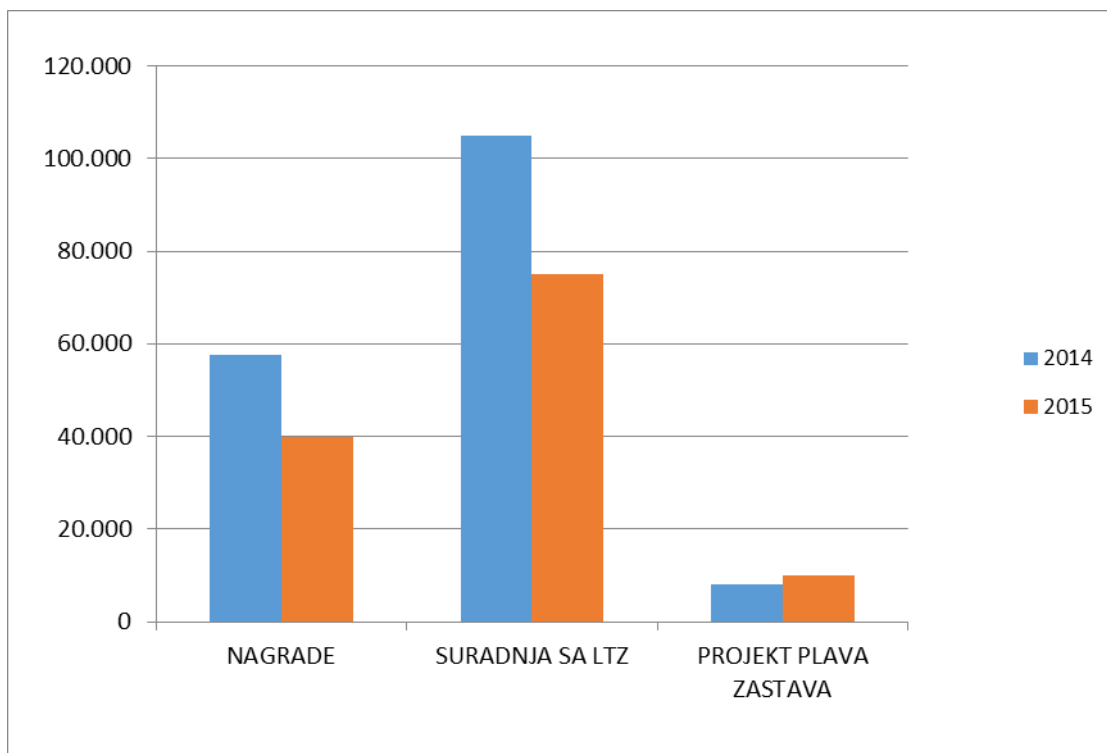
- TZ Vižinada – Slatka Istra, Parenzana (MTB profi i rekreativna utrka),
- TZ Kaštelir – Gramperijada, Fešta Sv. Kuzme, Božićni sajam

Nositelji projekta:

TZ Vižinada 45.000 kn

TZ Kaštelir 30.000 kn

RED BR	OPIS	GODINE		index
		2014	2015	
1	NAGRADE	57.553	40.000	70
2	SURADNJA SA LTZ	105.000	75.000	71
3	PROJEKT PLAVA ZASTAVA	7.895	10.000	127
4	UKUPNO	170.448	125.000	73



11. OSTALI TROŠKOVI

11.1. IZDACI ZA DONACIJE

TZG Poreča će potpomagati rad brojnih sportskih klubova koji organiziraju natjecanja u destinaciji, a koja generiraju određena noćenja. Sve se odluke o donacijama donose na sjednici vijeća TZ-a.

Nositelj projekta: TZG Poreč

Predviđeni trošak: 25.000 kn

11.2. DONACIJA ZA HOO

Projekt u kojem TZG Poreč učestvuje zajedno sa turističkim firmama i gradom Porečom, a HOO se uz promociju destinacije obvezuje uputiti sportaše na pripreme za olimpijske igre te realizaciju 5.000 noćenja godišnje u destinaciji Poreč.

Nositelj projekta: Grad Poreč

Predviđeni trošak: 250.000 kn

11.3. TRANSFER BRUTTO SREDSTAVA U GRADSKI PRORAČUN

Turistička zajednica prema zakonu dio svojih prihoda uplaćuje u gradski proračun. Taj bi iznos grad Poreč morao upotrijebiti za poboljšanje postojeće infrastrukture grada i okolice. U nastavku navodimo izvadak iz dijela programa investicije u poboljšanje uvjeta boravka gostiju dostavljenog od Upravnog odjela za komunalni sustav grada Poreča:

Izvadak iz dijela programa održavanja i investicija Grada Poreča - Parenzo za 2015. godinu

▪ redovno održavanje zelenih površina i parkova	800.000
▪ pojačano održavanje zelenih površina i parkova	560.000
▪ redovno održavanje čistoće i pometanje ulica	750.000
▪ održavanje gradskih plaža	70.000
▪ čišćenje priobalja	40.000
▪ redovno održavanje cesta, nogostupa i putova	100.000
▪ izgradnja novog javnog wc-a	200.000
▪ održavanje i opremanje urbane opreme	110.000
▪ financiranje hitne medicinske pomoći	70.000
UKUPNO:	2.700.000

Nositelj projekta: TZG Poreč
Predviđeni trošak: 2.700.000 kn

12. FINANCIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU

PRILOZI

- I DOLASCI I NOĆENJA PO ZEMLJAMA OD 01.01.-31.10.2014.
- II FINANCIJSKI PLAN I ZA 2015. GODINU
- III FINANCIJSKI PLAN II ZA 2015. GODINU
- IV PREGLED PARTICIPACIJE UPLAĆENE BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA 2013. I 2014. GODINU
- V PREGLED PRIHODA TZG POREČ
- VI PLAN PRIHODA SA RASPODJELOM B.P. I ČLANARINE PO KORISNICIMA ZA 2015. GODINU

I. DOLASCI I NOĆENJA PO ZEMLJAMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01. DO 31.10.2014.

Zemlja	2013 Dolazaka	2014 Dolazaka	Indeks	2013 Noćenja	2014 Noćenja	Indeks	Udio
Albanija	100	130	130	502	582	116	0,02
Argentina	142	124	87	574	361	63	0,01
Australija	608	619	102	2.383	2.010	84	0,07
Austrija	81.384	82.665	102	432.392	425.703	98	15,32
Bosna i Hercegovina	2.407	2.334	97	12.803	12.857	100	0,46
Belgija	5.613	4.711	84	32.989	30.647	93	1,10
Bjelorusija	826	737	89	5.605	5.250	94	0,19
Brazil	354	224	63	986	737	75	0,03
Bugarska	448	462	103	1.527	1.697	111	0,06
Cipar	6	10	167	20	40	200	0,00
Crna Gora	140	181	129	512	866	169	0,03
Češka	12.756	12.160	95	80.562	77.933	97	2,80
Čile	80	52	65	235	124	53	0,00
Danska	2.378	1.730	73	15.635	10.853	69	0,39
Estonija	456	353	77	2.578	1.770	69	0,06
Finska	603	1.399	232	3.550	8.343	235	0,30
Francuska	6.198	4.717	76	24.907	20.543	82	0,74
Grčka	174	75	43	671	353	53	0,01
Hong Kong, Kina	21	40	190	34	65	191	0,00
Indija	70	79	113	372	187	50	0,01
Indonezija	14	21	150	77	93	121	0,00
Irska	234	1.160	496	1.318	7.910	600	0,28
Island	38	27	71	220	147	67	0,01
Italija	46.691	49.056	105	232.947	234.386	101	8,44
Izrael	277	189	68	959	555	58	0,02
Japan	585	645	110	1.285	926	72	0,03
Jordan	8	2	25	50	4	8	0,00
Južnoafrička Republika	248	156	63	1.255	792	63	0,03
Kanada	691	724	105	2.561	2.304	90	0,08
Katar	41	0	0	355	0	0	0,00
Kazahstan	173	149	86	1.321	954	72	0,03
Kina	269	331	123	926	733	79	0,03
Koreja, Republika	151	318	211	649	549	85	0,02
Kosovo	193	184	95	820	962	117	0,03
Kuvajt	18	23	128	158	32	20	0,00
Letonija	281	289	103	1.276	1.215	95	0,04
Lihtenštajn	65	52	80	1.076	847	79	0,03
Litva	351	322	92	1.872	1.726	92	0,06
Luksemburg	156	110	71	980	894	91	0,03
Mađarska	7.898	8.563	108	40.423	43.814	108	1,58
Makao, Kina	2	0	0	10	0	0	0,00
Makedonija	915	612	67	3.573	3.681	103	0,13
Malta	15	34	227	65	92	142	0,00
Maroko	45	14	31	224	56	25	0,00
Meksiko	72	36	50	467	101	22	0,00

Zemlja	2013 Dolazaka	2014 Dolazaka	Indeks	2013 Noćenja	2014 Noćenja	Indeks	Udio
Nizozemska	14.145	14.906	105	131.077	131.630	100	4,74
Norveška	1.887	1.821	97	11.668	11.085	95	0,40
Novi Zeland	111	157	141	247	384	155	0,01
Njemačka	98.407	96.641	98	806.381	794.472	99	28,59
Ostale zemlje južne i srednje Am	264	166	63	1.548	680	44	0,02
Ostale afričke zemlje	185	257	139	1.125	1.031	92	0,04
Ostale azijske zemlje	385	302	78	2.497	1.420	57	0,05
Ostale europske zemlje	131	180	137	708	1.366	193	0,05
Ostale zemlje Oceanije	6	46	767	60	282	470	0,01
Poljska	7.150	7.026	98	48.491	49.059	101	1,77
Portugal	195	186	95	986	775	79	0,03
Rumunjska	2.479	2.398	97	12.739	12.541	98	0,45
Rusija	24.941	20.168	81	255.168	210.616	83	7,58
SAD	2.143	2.115	99	7.561	6.481	86	0,23
Slovačka	4.798	5.305	111	27.465	31.118	113	1,12
Slovenija	39.391	41.907	106	308.685	316.674	103	11,40
Srbija	3.485	3.224	93	21.652	20.154	93	0,73
Španjolska	1.048	1.105	105	2.810	3.025	108	0,11
Švedska	3.029	4.232	140	17.965	27.630	154	0,99
Švicarska	6.787	5.881	87	40.665	36.034	89	1,30
Tajland	40	74	185	196	299	153	0,01
Tajvan, Kina	71	111	156	81	131	162	0,00
Tunis	34	11	32	261	41	16	0,00
Turska	388	359	93	1.629	1.423	87	0,05
Ujedinjena Kraljevina	12.597	10.606	84	92.506	77.727	84	2,80
Ujedinjeni Arapski Emirati	5	2	40	24	4	17	0,00
Ukrajina	4.617	2.837	61	37.810	23.483	62	0,85
»bez državljanstva«	7	0	0	45	0	0	0,00
»nepoznato državljanstvo«	75	84	112	440	303	69	0,01
Ukupno strani	402.996	397.926	99	2.746.194	2.663.562	97	95,86
Ukupno domaći	19.218	22.298	116	113.825	115.114	101	4,14
Sveukupno	422.214	420.224	100	2.860.019	2.778.676	97	100,00

II. FINANCIJSKI PLAN I za 2015. godinu

rbr	OPIS TROŠKOVA	Plan 2014.	2014. Rebalans	2015.	index reb/plan	indeks 2015/Reb
A	FUNKCIONALNI MARKETING					
I	UNAPRIJEĐENJE PROIZVODA	465.000	379.266	250.000	82	66
1	Troškovi za bike staze	30.000	36.992	50.000	123	135
2	Smeđa signalizacija	40.000	43.237	30.000	108	69
3	Uređenje plaža	100.000	100.000	100.000	100	100
4	Veliki panoi i planovi grada	75.000	79.037	30.000	105	38
5	Izgradnja novog javnog WC-a	100.000	0	0	0	0
6	Poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji	120.000	120.000	40.000	100	33
II	MANIFESTACIJE	3.970.000	4.478.849	4.060.000	113	91
	MANIFESTACIJE KOJE SU MOTIV DOLASKA					
	SPORTSKE MANIFESTACIJE					
7	Otvaranje turističke sezone (S.B.V.M.S)	1.200.000	1.213.412	1.500.000	101	124
8	Otvaranje turističke sezone - sponzorstva	0	459.900	0	0	0
9	Porečki Delfin	250.000	249.276	230.000	100	92
10	Trofej Poreča i Istarsko proljeće	100.000	100.000	100.000	100	100
11	Turnir u elektroničkom pikadu	100.000	100.000	100.000	100	100
12	Prvenstvo u mačevanju	50.000	50.000	100.000	100	200
13	Finalni turnir Seha Gazprom Lige	0	0	50.000	0	0
14	Poreč Triatlon	130.000	138.133	100.000	106	72
15	Poreč Gran Fondo	120.000	132.018	40.000	110	30
16	Laguna Grand Prix	0	0	30.000	0	0
	ZABAVNE MANIFESTACIJE					
17	ESDU	100.000	100.000	200.000	100	200
18	Festival salse	0	0	30.000	0	0
	MANIFESTACIJE ZA ZABAVU GOSTIJU					
	KULTURNE MANIFESTACIJE					
19	Povijesni festival Giostra	390.000	390.000	300.000	100	77
20	Sjaj porečkog baroka	50.000	50.000	20.000	100	40
21	Folklorni festival Zlatna sopela	360.000	373.011	270.000	104	72
22	Poreč grad mozaika	40.000	40.000	40.000	100	100
23	Jazz u Lapidariumu	20.000	20.000	20.000	100	100
24	Koncertna sezona u Eufrazijevoj Bazilici	70.000	70.000	70.000	100	100
25	Street Art Festival	100.000	100.000	100.000	100	100
26	Umjetnik na odmoru	25.000	25.000	40.000	100	160
	SPORTSKE MANIFESTACIJE					
27	Parenzana bike utrka	40.000	40.000	40.000	100	100
28	Istra Terra Magica Bike	40.000	0	0	0	0
29	Teniski turnir - Istarska rivijera	50.000	50.000	50.000	100	100
30	Summer games u Laguni Poreč	130.000	130.000	120.000	100	92
31	Super Surfer Challenge	0	10.000	20.000	0	200
32	Jedriličarska regata klase Optimist	10.000	10.000	10.000	100	100
33	Poreč Bike & Gourmet	20.000	24.525	30.000	123	122
34	Prvomajska Parenzana	30.000	6.050	40.000	20	661

PLAN I PROGRAM RADA ZA 2015. GODINU

	ZABAVNE MANIFESTACIJE					
35	Uskrs	50.000	53.933	50.000	108	93
36	Porečko ljeto	150.000	151.091	150.000	101	99
37	Proljeće u Poreču	50.000	50.000	0	100	0
38	Novogodišnji doček na trgu Slobode	0	95.000	80.000	0	84
39	Veseli vikend za Slovence	50.000	9.500	30.000	19	316
GOURMET MANIFESTACIJE						
40	Festival Malvazije	160.000	160.000	100.000	100	63
OSTALE MANIFESTACIJE						
41	Ostale manifestacije	85.000	78.000	0	92	0
III	Troškovi Info centra	843.000	713.255	760.000	85	107
IV	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	405.000	302.718	345.000	75	114
42	Bike proizvod	100.000	100.000	80.000	100	80
43	Baza podataka, e-mail i dr. informacije	15.000	15.280	15.000	102	98
44	Baza fotografija	20.000	13.938	20.000	70	143
45	Promotivni video materijal	70.000	73.500	20.000	105	27
46	Održavanje web portala i e-marketing	200.000	100.000	180.000	50	180
47	Nadogradnja Clustererskog vizuala	0	0	30.000	0	0
48	Tiskanje promocijskog materijala	200.000	225.755	250.000	113	111
49	Oglašavanje	930.000	982.643	775.000	106	79
50	SMP Istre	724.230	724.230	724.230	100	100
V	Interni marketing	380.000	410.001	340.000	108	83
51	Prijem novinara i studijskih grupa	100.000	140.000	80.000	140	57
52	Organizacija sajmova	50.000	59.153	40.000	118	68
53	Nabava suvenira i poklona	20.000	10.000	15.000	50	150
54	Organizacija prezentacija	30.000	30.400	80.000	101	263
55	Nagrada TZG za uređenje	50.000	57.553	40.000	115	70
56	Pomoć TZ-ima Vižinada i Kaštelir	105.000	105.000	75.000	100	71
57	Plava zastava	25.000	7.895	10.000	32	127
58	UKUPNO FUNKCIONALNI MARKETING	7.917.230	8.216.717	7.504.230	104	91
B	ADMINISTRATIVNI MARKETING					
59	Najam skladišnog prostora	10.000	10.000	10.000	100	100
60	Troškovi turističkog ureda	900.000	873.096	800.000	97	92
61	Troškovi distribucije	50.000	50.000	50.000	100	100
62	Troškovi tijela - turističkog vijeća	200.000	202.000	200.000	101	99
63	UKUPNO ADMINISTRATIVNI MARKETING	1.160.000	1.135.096	1.060.000	98	93
C	OSTALI IZDACI					
64	Izdaci za donacije	25.000	25.000	25.000	100	100
65	Donacija za HOO	250.000	250.000	250.000	100	100
66	UKUPNO OSTALI IZDACI	275.000	275.000	275.000	100	100
67	Transfer u Gradski proračun	2.788.221	2.700.000	2.700.000	97	100
68	UKUPNO	12.140.451	12.326.813	11.539.230	102	94

III. FINANCIJSKI PLAN II ZA 2015. godinu

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	REBALANS 2014	PLAN 2015.	indeks PLAN 2015/ REB 2014	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	9.366.548,00	9.370.000,00	100	81,20
1.1.	Prihodi od boravišne pristojbe TZGP	6.300.000,00	6.300.000,00	100	
1.2.	Prihodi od boravišne pristojbe Grad Poreč	2.700.000,00	2.700.000,00	100	
1.3.	Prihodi od boravišne pristojbe TZGP - plovni objekti	366.548,00	370.000,00	101	
2.	Prihodi od turističke članarine	2.066.000,00	2.110.000,00	102	18,28
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	0,00	0,00		
3.1.	za programske aktivnosti	0,00	0,00		
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	0,00	0,00		
3.	Prihodi od drugih aktivnosti	509.900,00	50.000,00	10	0,43
	Prihodi od najma prostora	50.000,00	50.000,00	100	
	Prihodi po ugovorima (Poreč Rise Up)	459.900,00	0,00	0	
4.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	1.087.000,00	0,00	0	
5.	Ostali nespomenuti prihodi	70.000,00	10.000,00	14	0,09
	SVEUKUPNO PRIHODI	13.099.448,00	11.540.000,00	88	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	REB. 2014.	PLAN 2015.	indeks PLAN 2015/ REB 2014	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.788.351,00	1.760.000,00	98	15,25
1.	Rashodi za radnike	1.090.000,00	1.060.000,00	97	
1.1.	Rashodi za radnike Turističko informativni centar	390.000,00	460.000,00	118	
1.2.	Rashodi za radnike Turistički ured	550.000,00	450.000,00	82	
1.3.	Rashodi za radnike Lučka kapetanija Pula - Ispostava Poreč	150.000,00	150.000,00	100	
2.	Rashodi ureda	496.351,00	500.000,00	101	
2.1.	Turističko informativni centar	173.255,00	150.000,00	87	
2.2.	Rashodi ureda - Turistički ured	323.096,00	350.000,00	108	
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	202.000,00	200.000,00	99	
3.1.	Naknade članovima Turističkog vijeća	194.000,00	192.000,00	99	
3.2.	Naknade članovima Nadzornog odbora	8.000,00	8.000,00	100	
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	5.037.480,00	4.505.000,00	89	39,04
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	120.000,00	40.000,00	33	
1.1.	Poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji	120.000,00	40.000,00	33	
2.	Manifestacije	4.817.480,00	4.385.000,00	91	
2.1.	Kulturno-zabavne	3.099.756,00	1.170.000,00	38	
2.1.1.	Folklorni festival Zlatna sopela	373.011,00	270.000,00	72	
2.1.2.	Povijesni Festival Giostra	390.000,00	300.000,00	77	
2.1.3.	Sjaj porečkog baroka	50.000,00	20.000,00	40	
2.1.4.	Otvaranje turističke sezone	1.213.412,00	0,00	0	
2.1.5.	Otvaranje turističke sezone - sponzorstva	459.900,00	0,00	0	
2.1.6.	Uskrs	53.933,00	50.000,00	93	
2.1.7.	Porečko ljeto	150.000,00	150.000,00	100	
2.1.8.	Koncertna sezona u Eufrazijevoj bazilici	70.000,00	70.000,00	100	
2.1.9.	Street Art Festival	100.000,00	100.000,00	100	
2.1.10.	Jazz u Lapidariumu	20.000,00	20.000,00	100	
2.1.11.	Poreč grad mozaika	40.000,00	40.000,00	100	
2.1.12.	Novogodišnji doček na trgu Slobode	95.000,00	80.000,00	84	

PLAN I PROGRAM RADA ZA 2015. GODINU

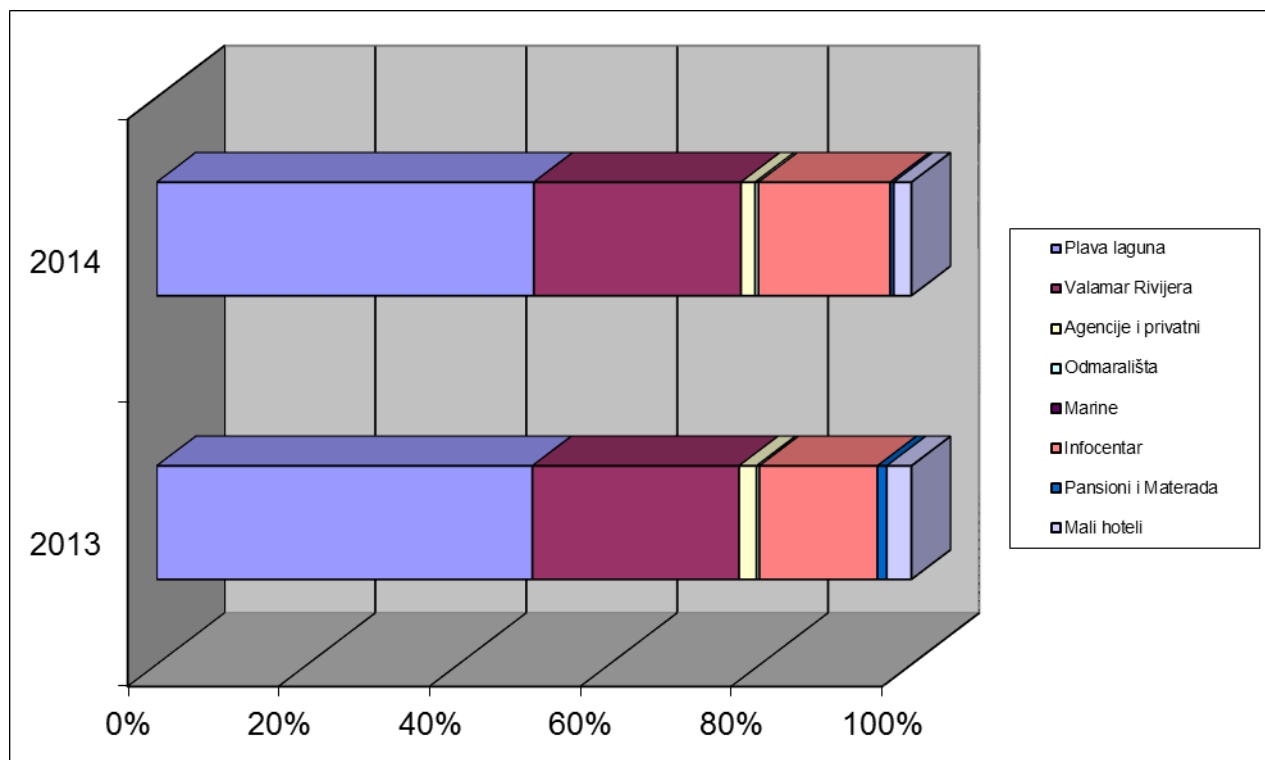
2.1.13.	Veseli vikend za Slovence	9.500,00	30.000,00	316	
2.1.14.	Umjetnik na odmoru	25.000,00	40.000,00	160	
2.1.15.	Proljeće u Poreču	50.000,00	0,00	0	
2.2.	Sportske manifestacije	1.139.276,00	2.790.000,00	245	
2.2.1.	ESDU	100.000,00	200.000,00	200	
2.2.2.	Swatch Beach Volley Major Series	0,00	1.500.000,00	0	
2.2.3.	Porečki Defin	249.276,00	230.000,00	92	
2.2.4.	Trofej Poreča i Istarsko proljeće	100.000,00	100.000,00	100	
2.2.5.	Parenzana bike utrka	40.000,00	40.000,00	100	
2.2.6.	Teniski turnir - Istarska rivijera	50.000,00	50.000,00	100	
2.2.7.	Summer games u Laguni Poreč	130.000,00	120.000,00	92	
2.2.8.	Prvenstvo u mačevanju	50.000,00	100.000,00	200	
2.2.9.	Turnir u el. pikadu	100.000,00	100.000,00	100	
2.2.10.	Vikend manifestacije	300.000,00	210.000,00	70	
2.2.11.	Festival Salse	0,00	30.000,00	0	
2.2.12.	Laguna Poreč Grand Prix	0,00	30.000,00	0	
2.2.13.	Finalni turnir Seha Gazprom Lige		50.000,00	0	
2.2.14.	Super Surfer Challenge	10.000,00	20.000,00	200	
2.2.15.	Jedriličarska regata klase Optimist	10.000,00	10.000,00	100	
2.3.	Ekološke manifestacije	65.448,00	50.000,00	76	
2.3.1.	Plava zastava	7.895,00	10.000,00	127	
2.3.2.	Dodir leptira (Neka moja Istra blista)	57.553,00	40.000,00	70	
2.4.	Ostale manifestacije	238.000,00	100.000,00	42	
2.4.1.	Festival Malvazije	160.000,00	100.000,00	63	
2.4.2.	Ostale manifestacije	78.000,00	0,00	0	
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	275.000,00	275.000,00	100	
2.5.1.	Donacija za HOO	250.000,00	250.000,00	100	
2.5.2.	Izdaci za donacije	25.000,00	25.000,00	100	
3.	Novi proizvodi	100.000,00	80.000,00	80	
3.1.	Bike proizvod	100.000,00	80.000,00	80	
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	2.164.912,00	2.004.230,00	93	17,37
1.	Online komunikacije	1.465.498,00	1.379.384,00	94	
1.1.	Internet oglašavanje	1.365.498,00	1.199.384,00	88	
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	100.000,00	180.000,00	180	
2.	Offline komunikacije	699.414,00	624.846,00	89	
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	341.374,00	299.846,00	88	
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	225.766,00	250.000,00	111	
2.3.	Suveniri i promo materijali	10.000,00	15.000,00	150	
2.4.	Info table - veliki pano i planovi grada	79.037,00	30.000,00	38	
3.	Smeđa signalizacija	43.237,00	30.000,00	69	
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	149.553,00	180.000,00	120	1,56
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	59.153,00	40.000,00	68	
2.	Posebne prezentacije	30.400,00	80.000,00	263	
3.	Troškovi distribucije	50.000,00	50.000,00	100	
4.	Najam skladišnog prostora	10.000,00	10.000,00	100	
V.	INTERNI MARKETING	140.000,00	80.000,00	57	0,69
1.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet	140.000,00	80.000,00	57	
2.1.	Prijem novinara i studijskih grupa	140.000,00	80.000,00	57	

PLAN I PROGRAM RADA ZA 2015. GODINU

VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	102.718,00	85.000,00	83	0,74
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	73.500,00	20.000,00	27	
2.	Formiranje baze podataka	15.280,00	15.000,00	98	
3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	13.938,00	20.000,00	143	
4.	Brendiranje Clustera Poreč	0,00	30.000,00	0	
VII.	POSEBNI PROGRAMI	105.000,00	75.000,00	71	0,65
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	105.000,00	75.000,00	71	
1.1.	Pomoć TZ-ima Vižinada i Kaštelir	105.000,00	75.000,00	71	
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	136.992,00	150.000,00	109	1,30
1.	Uređenje plaža	100.000,00	100.000,00	100	
2.	Dio troškova za Bike staze	36.992,00	50.000,00	135	
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	2.700.000,00	2.700.000,00	100	23,40
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	12.325.006,00	11.539.230,00	94	100,00
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

IV. PREGLED PARTICIPACIJE UPLAĆENE BORAVIŠNE PRISTOJBE za 2013. i 2014. godinu

red. br.	Opis	2013	2014	index
1	Plava Laguna	7.160.000	6.990.000	98
2	Valamar Rivijera	3.940.000	3.840.000	97
3	Agencije	331.926	263.330	79
4	Odmarališta	57.365	62.697	109
6	Privatni smještaj	2.248.493	2.442.000	109
7	Prenoćišta + Materada	177.553	64.468	36
8	Mali hoteli	467.658	325.421	70
9	UKUPNO	14.382.995	13.987.916	97



VI. PLAN PRIHODA SA RASPODJELOM B.P. I ČLANARINE PO KORISNICIMA za 2015. godinu

RASPODJELA PO KORISNICIMA									
rbr	OPIS	UKUPNO	TZG 64,35%	HTZ 24,75%	TZIŽ 9,90%	CRVENI KRIŽ 1%	POREZNA UPRAVA 3%	NETTO TZG 70% kol. 3	PRORAČUN GRADA 30% kol. 3
1	Boravišna pristojba	13.987.000	9.000.635	3.461.783	1.384.713	139.870		6.300.444	2.700.190
2	Članarina	3.379.000	2.130.460	819.408	327.763		101.370	2.130.460	
3	B.P. plovni objekti	350.000						350.000	
4	Najam prostora	50.000						50.000	
5	Ostali prihodi	70.000						70.000	
6	UKUPNO	17.836.000	11.131.094	4.281.190	1.712.476	139.870	101.370	8.900.904	2.700.190

