

Romantici Mediteran ROVINJ • ROVIGNO



Studeni 2019.

Prijedlog programa rada TZ grada Rovinja-Rovigno za 2020. godinu sa financijskim planom

SADRŽAJ

UVOD	1
1. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET HRVATSKE U PERIODU I-IX 2019. GODINE	2
2. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU ISTARSKE ŽUPANIJE U PERIODU I-IX 2019. GODINE	3
3. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZ GRADA ROVINJA - ROVIGNO U PERIODU I-IX 2019. GODINE I OČEKIVANI PROMET U 2020. GODINI	4
4. PLAN AKTIVNOSTI TZ GRADA ROVINJA - ROVIGNO ZA 2020. GODINU	22
5. PROGRAM RADA SA FINANCIJSKIM PLANOM TZ GRADA ROVINJA - ROVIGNO ZA 2020. GODINU	28
I. ADMINISTRATIVNI RASHODI	33
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI	35
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	46
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	51
V. INTERNI MARKETING	51
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	52
VII. POSEBNI PROGRAMI	53
VIII. OSTALO	53
IX. TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE GRADU	55
X. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE	55

Prilozi (tabelarni prikazi):

- Financijski plan Turističke zajednice grada Rovinja - Rovigno za 2020. godinu u usporedbi sa procjenom ostvarenja u 2019. godini
 - Pregled participacije LTZ-ova u Marketing planu Istre (SMP) za 2020. godinu
-

UVOD

Program rada sa financijskim planom TZ grada Rovinja-Rovigno za 2020. godinu, u okvirima zakonski propisanih zadaća usmjeren je na realizaciju razvoja i promocije turističkog proizvoda destinacije prema smjernicama obuhvaćenih Planom razvoja turizma grada Rovinja (2010. - 2020.) u cilju podizanja konkurentnosti destinacije i povećanja turističkog prometa.

U materijalu je naveden osvrt na ostvareni turistički promet u devet mjeseci ove godine u destinaciji te očekivani turistički promet za 2020. godinu sa glavnim ciljevima djelovanja turističke zajednice grada, razradom aktivnosti i pripadajućim financijskim planom.

Program rada Turističke zajednice sa financijskim planom za 2020. godinu izrađen je u skladu sa:

- propisanim zadaćama TZ-a definiranim novim zakonskim propisima: Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN RH 52/19.), Zakon o turističkoj pristojbi (NN RH 52/19), Zakon o članarinama u turističkim zajednicama (NN RH 52/19); Pravilnik o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe (NN RH 71/19), Odluka o visini turističke pristojbe po osobi i noćenju i visini godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe za općine i gradove na području Istarske županije ("Službene novine Istarske županije"13.9.2019.);
- smjernicama razvoja turizma definiranim u dokumentima Ministarstva turizma (Strategija razvoja turizma Hrvatske do 2020 godine, Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2020. - 2022. godine);
- općim smjernicama programa rada TZŽI za 2020. godinu kao sustava turističkih zajednica višeg ustroja te smjernicama Marketing plana Istre za 2020. godinu koje podrazumijevaju zajedničke aktivnosti i udružena sredstva za promociju;
- smjernicama planiranih aktivnosti javnog i privatnog sektora u segmentu razvoja turističke ponude i promocije destinacije za 2020. godinu;
- planiranim prilivom prihoda boravišne pristojbe, turističke članarine i ostalih prihoda za 2020. godinu.

1.

OSTVARENI TURISTIČKI PROMET HRVATSKE U PERIODU I - IX 2019. GODINE

Prema podacima sustava eVisitor, u Hrvatskoj je u razdoblju siječanj-rujan 2019. godine sveukupni broj dolazaka turista iznosio je 18.792.461 (rast od 4,5%), koji su ostvarili 102.900.601 noćenja (rast od 1,99%).

Tijekom razdoblja siječanj-rujan, glavnina turističkog prometa registrirana je u komercijalnim smještajnim objektima (85%), dok je promet u nautičkom segmentu iznosio 3%. Nekomercijalni smještajni kapaciteti u ukupnom prometu sudjeluju s udjelom od 12%.

U strukturi komercijalnog smještaja, tijekom razdoblja siječanj-rujan dominira promet u obiteljskom smještaju(44%), a potom slijedi smještaj u hotelima (26%).

Pozitivni rezultati za razdoblje siječanj-rujan, u usporedbi s istim vremenskim razdobljem prethodne godine, ostvareni su s većine značajnijih emitivnih tržišta. U ukupnom prometu dominira tržište Njemačke, a potom slijede domaće tržište, Slovenija i Austrija. Rast u broju dolazaka i noćenja bilježi se s dalekih tržišta Kine, Koreje, SAD-a i Kanade te Ukrajine, Španjolske, BiH-a, Francuske, Italije, Mađarske, Rusije, Slovenije, Slovačke, Švicarske, UK-a te s domaćeg tržišta. Tržišta koja bilježe rast u dolascima uz blagi pad broja noćenja su Belgija, Finska, Poljska i Njemačka. Pad u dolascima uz rast noćenja bilježi Japan. Tržišta koja bilježe pad u noćenjima i dolascima su Danska, Češka, Nizozemska, Norveška i Švedska.

U prvih devet mjeseci Istra je zabilježila najveći broj noćenja u nacionalnim okvirima (ispred Splitsko-dalmatinske županije i Kvarnera) sa 4.353.737 dolazaka i 27.773.843 noćenja.

Istra je ostvarila najveći udjel u ukupnom broju noćenja (26,9%), zatim slijede Splitsko-dalmatinska županija(18,93%), Kvarner (17,93%) i Zadarska županija (14,1%).

U prvih šest mjeseci 2019. godine, prihodi od stranih turista iznosili su 2 milijarde i 720 milijuna eura, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja rast od 5 posto, odnosno prihodovano je 127 milijuna eura više, podaci su HNB-a.

2.

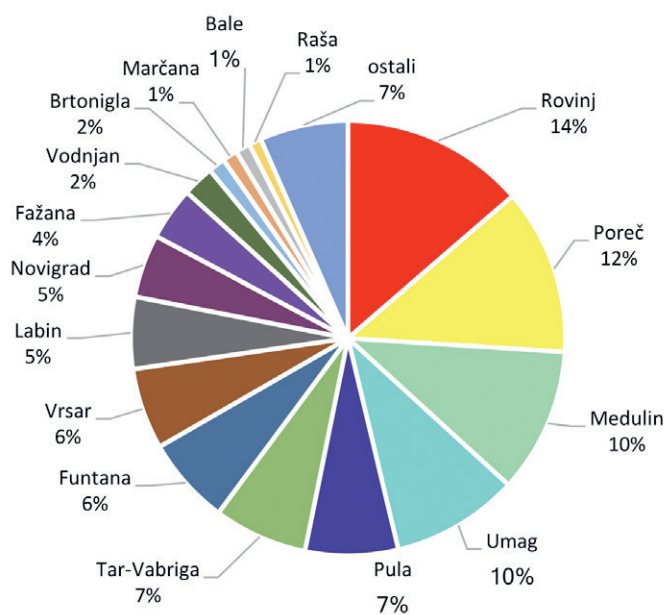
OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU ISTARSKE ŽUPANIJE U PERIODU I-IX 2019. GODINE

Na području Istarske županije je prema podacima TZIŽ bilo u funkciji 303.448 osnovnih kreveta/mjesta u komercijalnim smještajnim kapacitetima, od čega 40% u kampovima, 33% u privatnom smještaju, 17% u hotelima i turističkim naseljima te 10% u ostalim objektima za smještaj.

U razdoblju I-IX 2019. na području Istre zabilježeno je 4.353.737 dolazaka (+3%) i 27.773.843 noćenja (+1%).

Struktura noćenja po Turističkim zajednicama u ukupnim noćenjima Istre prikazana je u grafikonu:

UDIO U OSTVARENIM NOĆENJIMA U IŽ PREMA TZ-IMA U 2019 GODINI



Rovinj ostvaruje najveći broj noćenja, što čini 14% učešća u ukupnim noćenjima u Istri. Učešće noćenja Rovinja u ukupnim noćenjima Hrvatske iznosi 4%.

3.

OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU GRADA ROVINJA U 2019. GODINI

3.1. SMJEŠTAJNI KAPACITETI NA PODRUČJU TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA ROVINJA-ROVIGNO

VRSTA/NAZIV OBJEKTA	KATEGORIJA	BROJ SJ 2018	BROJ SJ 2019	BROJ OSNOVNIH KREVETA 2018	BROJ OSNOVNIH KREVETA 2019	2019 / 2018
<i>HOTELI</i>						
GRAND PARK HOTEL ROVINJ	*****	0	209	0	418	0
LONE	*****	248	248	498	498	100
MONTE MULINI	*****	113	113	228	228	100
ADRIATIC	****	18	18	36	36	100
AMARIN	****	280	280	560	560	100
EDEN	****	325	325	581	581	100
ISTRA	****	358	358	645	645	100
ARUPINUM	****	20	20	40	40	100
HOTEL BAŠTINA ANGELO D'ORO		22	22	38	38	100
HOTEL BAŠTINA VILLA VALDIBORA		18	18	35	35	100
INTEGRALNI HOTEL CASA GARZOTTO	****/***	10	10	20	20	100
HOTEL DELFIN	****	12	12	24	24	100
VILA LILI	***	20	20	34	34	100
KATARINA	***	120	120	290	290	100
1. UKUPNO HOTELI		1.564	1.773	3.029	3.447	114
<i>HOSTELI</i>						
ROUNDABOUT		5	5	43	43	100
2. UKUPNO HOSTELI		5	5	43	43	100
<i>TURISTIČKA NASELJA</i>						
AMARIN	****	461	461	1.106	1.208	109
VILLAS RUBIN	***	357	357	909	909	100
VALALTA	***	0	447	0	1.026	0

3. UKUPNO TURISTIČKA NASELJA		818	1.256	2.015	3.143	156
<i>OSTALI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ</i>						
APARTMANI		214	225	612	649	106
STUDIO APARTMANI		146	159	361	380	105
SOBE		224	233	439	457	104
KUĆE ZA ODMOR		14	16	83	95	114
PRENOĆIŠTA		30	30	72	72	100
PANSION VILLA SQUERO	Standard	10	10	22	22	100
4. UKUPNO OSTALI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ		638	673	1.589	1.675	105
<i>USL. GRAĐANA U DOMAĆINSTVU</i>						
	*****	12	12	50	58	116
	****	593	645	1.544	1.690	109
	***	3.336	3.418	8.577	8.817	103
	**/*	331	328	803	805	100
5. USLUGE GRAĐANA U DOMAĆINSTVU UKUPNO		4.272	4.403	10.974	11.370	104
ČVRSTI OBJEKTI UKUPNO		7.291	8.119	17.650	19.678	111
KAMPOVI						
VALALTA	****	2.173	1.726	6.204	5.178	84
VAL SALINE	****	419	419	1.257	1.257	100
VEŠTAR	****	770	770	2.310	2.310	100
POLARI	***	2.000	2.000	6.000	6.000	100
AMARIN	***	800	943	2.400	2.829	118
PORTON BIONDI	**	396	396	1188	1188	100
ULIKA	****	42	42	126	126	100
VAL VIDAL	**	36	36	108	108	100
DOBAR ODMOR	**	35	35	105	105	100
MON PARADIS	**	48	48	144	144	100
ŠPANIDIGA	*	22	22	66	66	100
6. UKUPNO KAMPOVI		6.741	6.437	19.908	19.311	97
SVEUKUPNO		14.038	14.556	37.558	38.989	104

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

Tijekom 2019. godine na području TZ Rovinja registrirano je **38.989 kreveta** što u odnosu na 2018. godinu predstavlja povećanje od 4%. Otvorenjem novog Grand Park Hotel-a ukupan broj kreveta u hotelima je uvećan za 14%. Usluge građana u domaćinstvu bilježe redoviti porast u kapacitetima te ove godine iznosi 4%, dok ostali objekti za smještaj bilježe porast od 5%. Radi kategoriziranja jednog djela kampa Valalta kao turističko naselje, u kategoriji turističkih naselja bilježi se povećanje kapaciteta od 56%, uz smanjenje od 3% u kategoriji kampova.

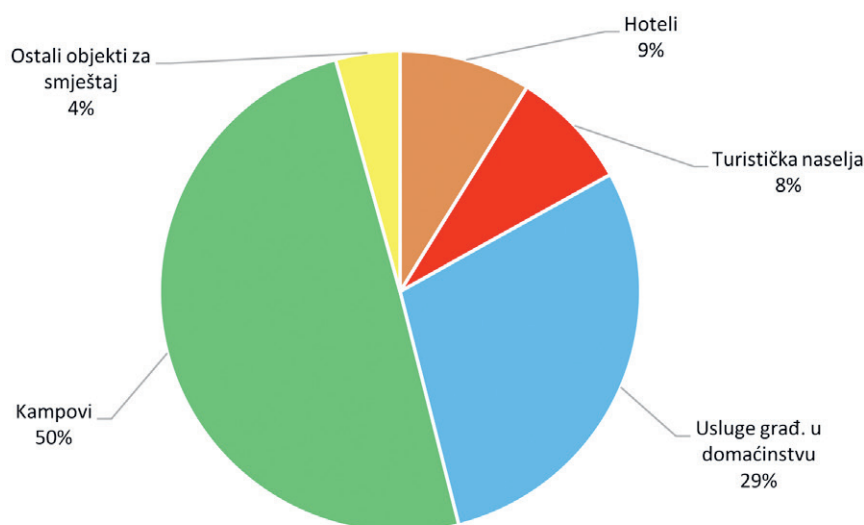
U 2019. godini, dvije značajne investicije čija se realizacija provodila u protekle dvije godine, privedene su kraju i rezultirale su otvaranjem novog Grand hotela Park 5* (600 milijuna kuna) i nove ACI marine sa oznakom 5 sidara (160 milijuna kuna). Novi hotel i marinu dijeli novouređena šetnica Lungomare plaza koja obogaćuje turističku ponudu zone i grada u cjelini novim ugostiteljskim objektima i trgovinskim sadržajima. Također, na početku šetnice Rovinj je dobio i novu podzemnu garažu sa 338 parkirnih mjesta.

Valalta je u pripremu turističke sezone uložila 30 milijuna kuna u uređenje kampova i naselja, a ove je godine otvoren i zabavni klub tj. noćni klub Steel venue čija je izgradnja realizirana na lokaciji uz diskont Valalta.

Realizirane investicije javnog sektora bili su izgradnja šetnice do uvale Lone uz hotel Eden (1 milijun kuna), rekonstrukcija šetališta Vijeća EU - poveznica grada i Grand Park hotela (12,5 milijuna kuna), uređenje šetališta podno hotela Grand Park (11,2 milijuna kuna), izgradnja biciklističke trase Mondelako -Valalta (0,9 milijuna kuna). Grad Rovinj je završio 1. fazu uređenja platoa ispred Crkve sv. Eufemije konačnog planiranog iznosa od 2,7 milijuna kuna, uređenje kružnog toka u Istarskoj ulici (3 milijuna kuna), bike trase do TN Villas Rubin (1 milijun kuna), uređenje fasade gradskog sata na trgu (0,3 milijuna kuna), rekonstrukciju Balbijeve luka (0,5 milijuna kuna) te uređenje plaže Val de Lessa (1,5 milijuna kuna). Nastavilo se sa radovima na komunalnoj infrastrukturi, izgradnji parkirališta po zonama radi smanjivanja opterećenja u ljetnim mjesecima, uređenje i opremanje zelenih i parkovnih površina po gradu. Nastavilo se sa postavljanjem sustava odvodnje otpadnih voda u zoni Borik i Rovinjskom selu te vode i plina.

U 2019. godini na novoj lokaciji Trg na mostu uređen je i novi ured Turističke zajednice grada Rovinja - Rovigno sa informativnim punktom (803 tisuće kuna).

STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA NA PODRUČJU GRADA ROVINJA U 2019. GODINI



3.2. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET U RAZDOBLJU I-IX 2019. NA PODRUČJU GRADA ROVINJA

PREGLED OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA TURISTA PREMA TIPU SMJEŠTAJNOG OBJEKTA ZA RAZDOBLJE I-IX 2019 U USPOREDBI SA I-IX 2018

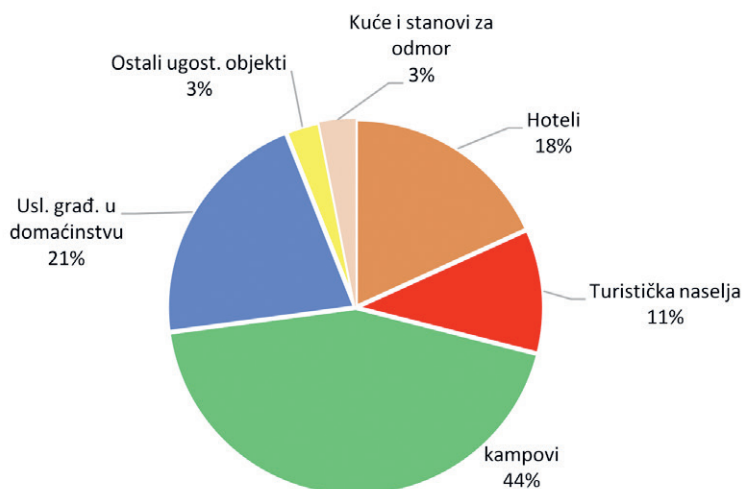
Tip smještajnog objekta	Dolasci 2018	%	Dolasci 2019	%	2019 / 2018	Noćenja 2018	%	Noćenja 2019	%	2019 / 2018
Hoteli	163.927	25,25	176.452	26,65	108	664.922	17,12	700.852	18,20	105
Turistička naselja	65.256	10,05	72.697	10,98	111	326.110	8,39	414.652	10,77	127
Kampovi	234.244	36,08	218.798	33,05	93	1.867.944	48,08	1.690.883	43,91	91
Usluge građana u domaćinstvu	145.468	22,40	152.218	22,99	105	795.722	20,48	811.877	21,08	102
Ostali ugostiteljski objekti	32.502	5,01	33.503	5,06	103	120.066	3,09	114.566	2,97	95
Kuće i stanovi za odmor	7.878	1,21	8.343	1,26	106	109.998	2,83	118.312	3,07	108
UKUPNO	649.275	100	662.011	100	102	3.884.762	100	3.851.142	100	99

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

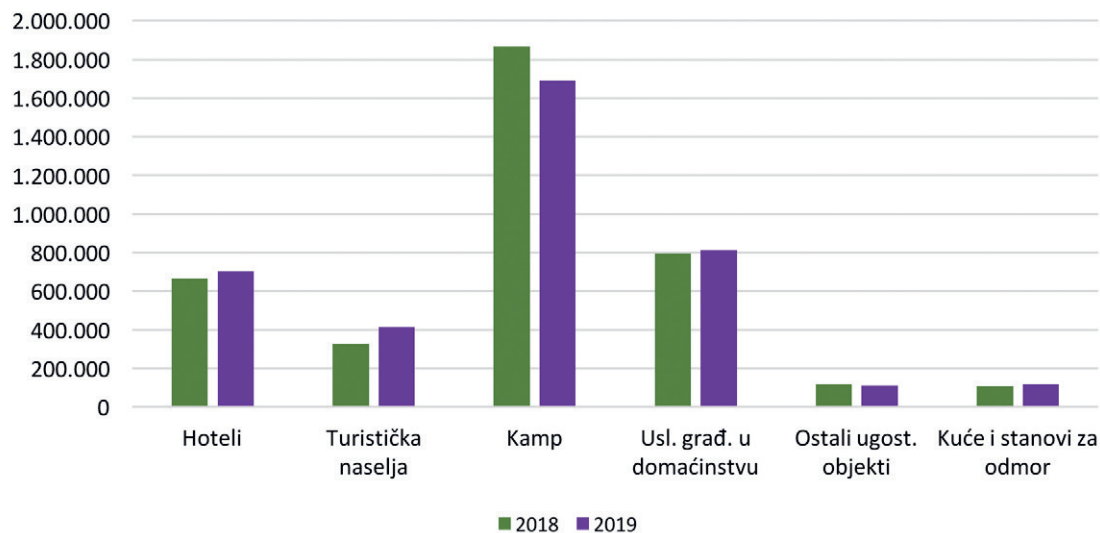
Sagledavajući strukturu noćenja **prema tipu smještajnog objekta**, najviše je noćenja ostvareno:

- u **kampovima** unatoč tome što su ostvarili pad u ukupnim dolascima od 7% i noćenjima od 9%,
- u objektima privatnog smještaja u kategoriji **Usluge građana u domaćinstvu** zabilježen je porast broja dolazaka od 5% te noćenja od 2%,
- slijede **hoteli** sa porastom u dolascima od 8% i noćenjima od 5%,
- u **turističkim naseljima** ostvaren je porast od 11% u dolascima i 27% u noćenjima radi prenamjene jednog djela kampa Valalta u turističko naselje,
- **kuće i stanovi za odmor** bilježe porast od 6% u dolascima i 8% u noćenjima.

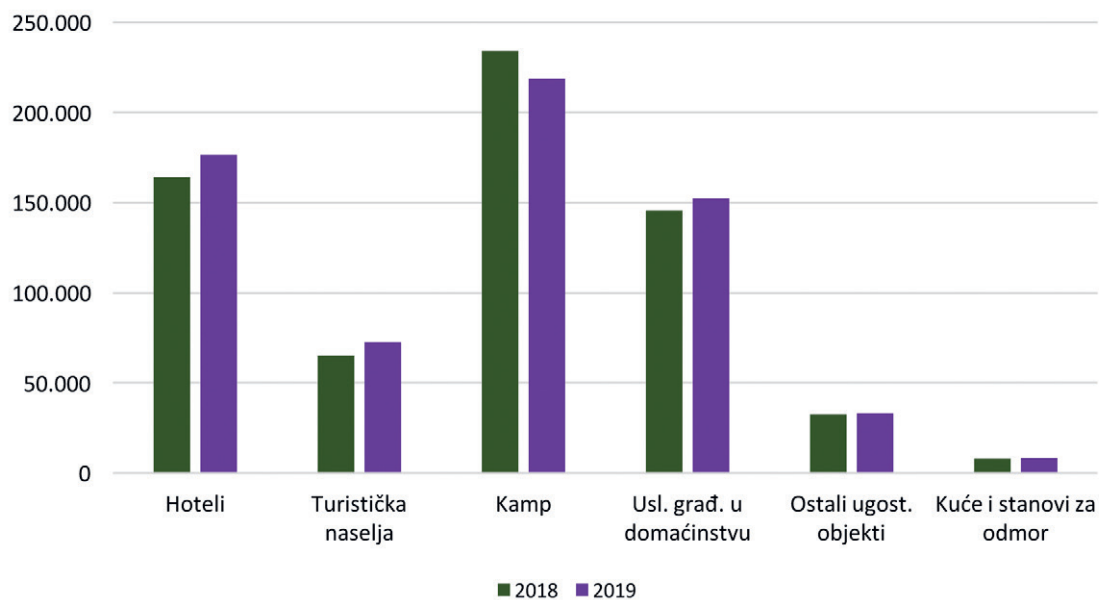
STRUKTURA OSTVARENIH NOĆENJA PREMA TIPU SMJEŠTAJNIH OBJEKATA ZA RAZDOBLJE I-IX 2019.



**PREGLED OSTVARENIH NOĆENJA PREMA TIPU SMJEŠTAJNOG OBJEKTA ZA
RAZDOBLJE I-IX 2019 U USPOREDBI SA I-IX 2018**



**PREGLED OSTVARENIH DOLAZAKA TURISTA PREMA TIPU SMJEŠTAJNOG
OBJEKTA ZA RAZDOBLJE I-IX 2019 U USPOREDBI SA I-IX 2018**



PREGLED OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA TURISTA PREMA ZEMLJAMA PRIPADNOSTI
ZA RAZDOBLJE I-IX 2019 U USPOREDBI SA I-IX 2018

Zemlja	Dolasci 2018	%	Dolasci 2019	%	2019 / 2018	Noćenja 2018	%	Noćenja 2019	%	2019 / 2018
Njemačka	139.854	21,54	138.566	20,93	99	1.188.839	30,60	1.151.891	29,91	97
Austrija	102.868	15,84	103.739	15,67	101	565.176	14,55	562.109	14,60	99
Italija	75.501	11,63	75.840	11,46	100	371.754	9,57	371.872	9,66	100
Nizozemska	28.179	4,34	26.056	3,94	92	272.348	7,01	237.892	6,18	87
Slovenija	49.775	7,67	53.936	8,15	108	184.085	4,74	201.971	5,24	110
Hrvatska	47.855	7,37	51.822	7,83	108	179.655	4,62	182.610	4,74	102
Velika Britanija	19.924	3,07	21.356	3,23	107	131.443	3,38	136.390	3,54	104
Mađarska	22.067	3,40	22.644	3,42	103	112.294	2,89	112.534	2,92	100
Poljska	15.947	2,46	16.331	2,47	102	107.241	2,76	107.164	2,78	100
Češka	14.084	2,17	13.267	2,00	94	92.118	2,37	87.437	2,27	95
Srbija	9.772	1,51	11.357	1,72	116	66.143	1,70	77.100	2,00	117
Švicarska	10.784	1,66	11.567	1,75	107	62.405	1,61	65.192	1,69	104
Slovačka	8.035	1,24	9.335	1,41	116	48.099	1,24	54.875	1,42	114
Rusija	5.612	0,86	6.331	0,96	113	45.722	1,18	48.352	1,26	106
Švedska	9.870	1,52	8.224	1,24	83	57.703	1,49	46.785	1,21	81
SAD	14.397	2,22	15.175	2,29	105	39.409	1,01	41.454	1,08	105
Norveška	7.017	1,08	6.090	0,92	87	46.372	1,19	39.750	1,03	86
Danska	5.193	0,80	4.915	0,74	95	41.531	1,07	39.059	1,01	94
Ostale zemlje	62.541	9,63	65.460	9,89	105	272.425	7,01	286.705	7,44	105
UKUPNO	649.275	100	662.011	100	102	3.884.762	100	3.851.142	100	99

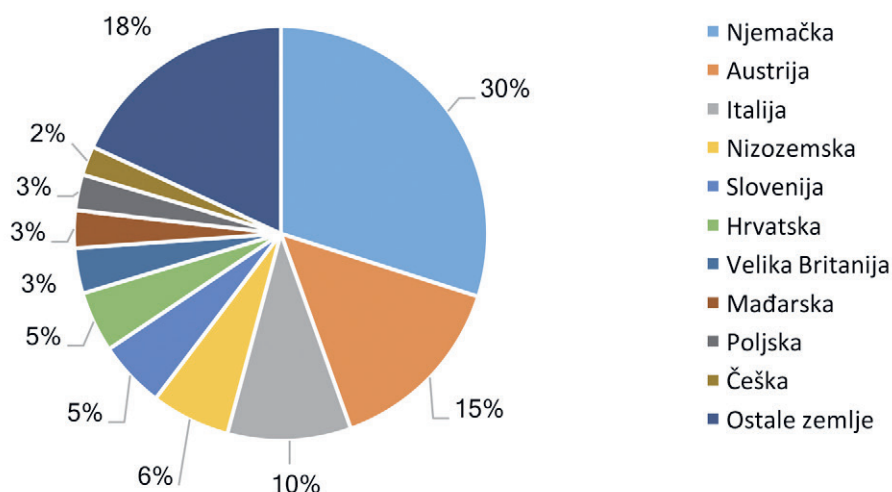
Izvor: eVisitor, listopad 2019.

Prema strukturi **turističkog prometa po zemljama pripadnosti**, najbrojniji su bili gosti iz:

- **Njemačke** sa 3% noćenja manje u odnosu na prošlu godinu,
- **Austrije** sa 1% noćenja manje u odnosu na prošlu godinu,
- **Italije** sa brojem noćenja koji su na prošlogodišnjem nivou,
- **Nizozemske** sa smanjenjem broja noćenja od 13%,
- **Slovenije** sa povećanjem od 10%,
- **Hrvatske** sa povećanjem broja noćenja od 2% u odnosu na prošlu godinu.

Slijedom navedenog, vidljivo je da su glavna emitivna tržišta i dalje stabilna u realizaciji turističkog prometa. Značajnija pozitivna turistička kretanja na temelju ostvarenih broja noćenja iskazala su također tržišta Velike Britanije (+4%), Srbije (+17%), Švicarske (+4%), Slovačke (+14%), Rusije (+6%) i SAD-a (+5%).

STRUKTURA OSTVARENIH NOĆENJA PREMA ZEMLJAMA PRIPADNOSTI ZA RAZDOBLJE I-IX 2019



PREGLED OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA TURISTA PREMA ZEMLJAMA PRIPADNOSTI U ČVRSTIM OBJEKTIMA - TURISTIČKE TVRTKE (hoteli, turistička naselja, pansioni) ZA RAZDOBLJE I-IX 2019 U USPOREDBI SA I-IX 2018

Zemlja	Dolasci 2018	%	Dolasci 2019	%	2019 / 2018	Noćenja 2018	%	Noćenja 2019	%	2019 / 2018
Austrija	45.130	19,69	48.542	19,48	108	201.574	20,34	221.985	19,90	110
Njemačka	26.483	11,56	29.332	11,77	111	161.277	16,27	197.362	17,69	122
Hrvatska	36.407	15,89	39.230	15,75	108	98.980	9,99	103.490	9,28	105
V. Britanija	12.586	5,49	13.594	5,46	108	89.499	9,03	94.117	8,44	105
Slovenija	26.509	11,57	29.230	11,73	110	70.281	7,09	80.983	7,26	115
Italija	17.774	7,76	19.276	7,74	108	66.172	6,68	77.877	6,98	118
Mađarska	5.208	2,27	6.223	2,50	119	23.057	2,33	28.275	2,53	123
Češka	3.960	1,73	4.185	1,68	106	25.215	2,54	27.666	2,48	110
Švedska	4.512	1,97	4.037	1,62	89	27.693	2,79	24.249	2,17	88
Norveška	3.663	1,60	3.543	1,42	97	23.999	2,42	23.125	2,07	96
Slovačka	2.757	1,20	3.737	1,50	136	15.777	1,59	22.337	2,00	142
Švicarska	3.396	1,48	4.089	1,64	120	17.564	1,77	22.027	1,97	125
Rusija	2.130	0,93	2.660	1,07	125	16.632	1,68	20.254	1,82	122
Ostale zemlje	38.668	16,87	41.471	16,65	107	153.312	15,47	171.757	15,40	112
UKUPNO	229.183	100	249.149	100	109	991.032	100	1.115.504	100	113

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

U čvrstim objektima (hoteli, turistička naselja, pansioni) je u razdoblju I-IX 2019 ostvareno **249.149 dolazaka** (udio u ukupnim dolascima 37,65%) i **1.115.504 noćenja** (udio u ukupnim noćenjima 28,98%), što predstavlja povećanje od 9% u dolascima i 13% u noćenjima.

Promatrajući promet prema zemljama pripadnosti u ovoj kategoriji najviše noćenja ostvarili su gosti iz:

- **Austrije** sa učešćem u noćenjima od 219,90% i povećanjem od 10%,
- **Njemačke** sa učešćem u noćenjima od 17,69% i povećanjem od 22%,
- **Hrvatske** sa učešćem od 9,28% i povećanjem od 5%,
- **Velike Britanije** sa učešćem od 8,44% i povećanjem od 5%,
- **Slovenije** sa učešćem od 7,26%, ali povećanjem od 15% u odnosu na prošlu godinu.

Valja istaknuti pozitivna ostvarenja gostiju iz Italije (+18%); Mađarske (+23%); Češke (+10%); Slovačke (+42%); Švicarske (+25%); Rusije (+22%). Manji broj noćenja u odnosu na prošlu godinu u tim su objektima ostvarili gosti iz Švedske (-12%) i Norveške (-4%).

PREGLED OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA TURISTA PREMA ZEMLJAMA PRIPADNOSTI U
ČVRSTIM OBJEKTIMA - PRIVATNI SMJEŠTAJ Usluge građana u domaćinstvu, apartmani i sobe u
vlasništvu pravnih osoba i obrtnika U RAZDOBLJU I-IX 2019 U USPOREDBI SA I-IX 2018

Zemlja	Dolasci 2018	%	Dolasci 2019	%	2019 / 2018	Noćenja 2018	%	Noćenja 2019	%	2019 / 2018
Njemačka	29.373	16,5	29.246	15,76	100	214.185	23,39	206.249	22,29	96
Italija	32.326	18,16	33.398	18,00	103	148.431	16,21	148.844	16,09	100
Austrija	21.837	12,27	21.211	11,43	97	101.295	11,06	98.860	10,68	98
Mađarska	10.677	6,00	10.893	5,87	102	53.205	5,81	52.751	5,70	99
Hrvatska	8.458	4,75	9.348	5,04	111	46.767	5,11	44.763	4,84	96
Poljska	5.459	3,07	5.731	3,09	105	34.191	3,73	34.295	3,71	100
Srbija	4.210	2,37	4.880	2,63	116	26.380	2,88	30.900	3,34	117
V. Britanija	5.071	2,85	5.782	3,12	114	25.557	2,79	28.640	3,10	112
Češka	4.528	2,54	4.280	2,31	95	27.722	3,03	25.616	2,77	92
Slovenija	5.062	2,84	5.579	3,01	110	18.539	2,02	22.335	2,41	120
Rusija	2.635	1,48	2.987	1,61	113	19.199	2,10	20.362	2,20	106
Slovačka	3.050	1,71	3.604	1,94	118	16.848	1,84	19.691	2,13	117
SAD	6.556	3,68	6.751	3,64	103	18.690	2,04	19.183	2,07	103
Ostale zemlje	38.728	21,76	41.830	22,54	108	164.779	17,99	172.766	18,67	105
UKUPNO	177.970	100	185.520	100	104	915.788	100	925.255	100	101

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

U privatnom smještaju je u promatranom razdoblju I-IX 2019 ostvareno **185.520 dolazaka** (udio u ukupnim dolascima 28,03%) i **925.255 noćenja** (udio u ukupnim noćenjima 24,03%), što predstavlja povećanje od 4% u dolascima i 1% u noćenjima. Povećanje u turističkom prometu prati povećanje u broju registriranih kreveta u privatnom smještaju.

Promatrajući promet prema zemljama pripadnosti, najviše noćenja u ovoj kategoriji ostvarili su gosti iz:

- **Njemačke** sa učešćem od 22,29% u noćenjima i padom od 4%,
- **Italije** sa učešćem od 16,09% u noćenjima, na prošlogodišnjem nivou,

- **Austrije** sa učešćem od 10,68% i smanjenjem od 2%,
- **Mađarske** sa učešćem od 5,70% i smanjenjem od 1%,
- **Hrvatske** sa učešćem od 4,84% i smanjenjem od 4%.

Od ostalih zemalja valja istaknuti pozitivna ostvarenja gostiju iz Srbije (+17%), Velike Britanije (+12%), Slovenije (+20%), Rusije (+6%), Slovačke (+17%) i SAD-a (+3%). Pad u noćenjima ostvarili su turisti iz Češke (-8%).

PREGLED OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA TURISTA PREMA ZEMLJAMA PRIPADNOSTI U
KAMPOVIMA U RAZDOBLJU I-IX 2019 U USPOREDBI SA I-IX 2018

Zemlje	Dolasci 2018	%	Dolasci 2019	%	2019 / 2018	Noćenja 2018	%	Noćenja 2019	%	2019 / 2018
Njemačka	83.437	35,62	79.364	36,27	95	807.656	43,24	741.803	43,87	92
Austrija	35.490	15,15	33.518	15,32	94	259.004	13,87	237.154	14,03	92
Nizozemska	22.427	9,57	19.708	9,01	88	238.482	12,77	201.350	11,91	84
Italija	24.151	10,31	21.907	10,01	91	142.714	7,64	130.469	7,72	91
Slovenija	17.383	7,42	18.283	8,36	105	87.577	4,69	89.822	5,31	103
Poljska	7.402	3,16	7.086	3,24	96	54.942	2,94	52.223	3,09	95
Češka	5.527	2,36	4.740	2,17	86	38.485	2,06	33.549	1,98	87
Mađarska	6.001	2,56	5.359	2,45	89	34.583	1,85	30.136	1,78	87
Švicarska	4.809	2,05	4.598	2,10	96	32.001	1,71	29.619	1,75	93
Danska	3.090	1,32	2.888	1,32	93	28.514	1,53	26.743	1,58	94
Belgija	3.176	1,36	2.584	1,18	81	25.144	1,35	20.056	1,19	80
Hrvatska	2.246	0,96	2.412	1,10	107	13.850	0,74	13.984	0,83	101
Slovačka	2.162	0,92	1.946	0,89	90	14.931	0,80	12.488	0,74	84
Ostale zemlje	16.943	7,23	14.405	6,58	85	90.061	4,82	71.487	4,23	79
UKUPNO	234.244	100	218.798	100	93	1.867.944	100	1.690.883	100	91

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

U rovinjskim je kampovima u promatranom razdoblju I-IX 2019 ostvareno **218.798 dolazaka** (udio u ukupnim dolascima 33,06%) i **1.690.883 noćenja** (udio u ukupnim noćenjima 43,92%). Dolasci su manji za 7%, a noćenja za 9%.

Prema zemljama pripadnosti najveći broj noćenja u ovoj kategoriji ostvarili su gosti iz:

- **Njemačke** sa učešćem u noćenjima od 43,87% i padom od 8%,
- **Austrije** sa učešćem u noćenjima od 14,03% i padom od 8%,
- **Nizozemske** sa učešćem u noćenjima od 11,91% i padom od 16%,
- **Italije** sa učešćem u noćenjima od 7,72% i padom od 9%,
- **Slovenije** sa učešćem u noćenjima od 5,31% i povećanjem od 3%.

Manji broj noćenja u odnosu na prošlu godinu ostvarili su i gosti iz ostalih država budući je bilježen opći pad u kampovima. Osim gostiju iz Slovenije, povećanje broja noćenja ostvarili su i gosti iz Hrvatske (+1%).

VREMENSKA DISTRIBUCIJA DOLAZAKA I NOĆENJA PO MJESECIMA U 2019. GODINI
U USPOREDBI SA 2018. GODINOM

Mjesec	Dolasci 2018	%	Dolasci 2019	%	2019 / 2018	Noćenja 2018	%	Noćenja 2019	%	2019 / 2018
Siječanj	11.605	1,79	11.576	1,75	100	33.958	0,87	35.238	0,92	104
Veljača	13.927	2,15	13.910	2,10	100	39.275	1,01	42.005	1,09	107
Ožujak	19.964	3,07	19.998	3,02	100	58.583	1,51	57.203	1,49	98
Travanj	39.473	6,08	47.030	7,10	119	121.894	3,14	152.536	3,96	125
Svibanj	74.503	11,47	60.867	9,19	82	335.812	8,64	253.595	6,58	76
Lipanj	102.086	15,72	114.108	17,24	112	615.993	15,86	668.330	17,35	108
Srpanj	147.870	22,77	146.278	22,10	99	1.052.848	27,10	1.012.069	26,28	96
Kolovoz	152.560	23,50	163.293	24,67	107	1.114.412	28,69	1.125.595	29,23	101
Rujan	87.287	13,44	84.951	12,83	97	511.987	13,18	504.571	13,10	99
UKUPNO	649.275	100	662.011	100	102	3.884.762	100	3.851.142	100	99

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

Mjesec **siječanj** u dolascima je na prošlogodišnjem nivou, a u noćenjima bilježi rast od 4%. Treću godinu za redom organiziran je doček Nove godine na glavnom gradskom trgu i u hotelima. Od evenata ističe se Porsche - Quo Vadis (23.-25.1.) sa 150 sudionika.

U dolascima **veljača** je, također, na nivou od lani dok je u noćenjima ostvaren porast od 7%.

Tijekom **ožujka** ostvareno je 19.998 dolazaka (udio 3,02%) i 57.203 noćenja (udio 1,49%), što predstavlja isti broj dolazaka kao i u ožujku 2018. ali pad u broju noćenja od 2%. U ožujku su se odvijala sportska natjecanja - teniski turnir Istarska rivijera (16.-24.3.). Značajni eventi koji su se održali u ožujku su Studio Moderna (4.-9.3.) sa 250 sudionika, Rilem Spring Conference (17.-22.3.) sa 400 sudionika i Dani komunikacija (28.-31.3.) sa preko 2000 sudionika.

Izrazito pozitivna ostvarenja zabilježena su u **travnju** kada je ostvareno 47.030 dolazaka (udio 7,10%) i 152.536 noćenja (udio 3,96%), što predstavlja povećanje od 19% u dolascima i 25% u noćenjima. Sredinom travnja obilježavao se Uskrs (21.4.), a produženi vikend za uskršnje blagdane popraćen manifestacijom Uskršnjih blagdana - Uskrs u Rovinju (20.-22.4.) doprinio je visokom indeksu noćenja ostvarenih u travnju. Od većih manifestacija održane su Weekend Bike & Gourmet Tour (6.-7.4.), Putevima rovinjskih delicija (6.-13.4.), Snaga djece u pokretu - međunarodni rukometni i nogometni turnir za djecu sa preko 3.500 sudionika (16.-20.4.) Šoljanovi dani (26.-28.4.) i Popolana (26.-28.4.). U objektima Maistre tokom travnja boravila je M.P. Filmska produkcija sa 350 članova ekipe. Također, održan je Gastrobizz kongres (6.-10.4.) sa više od 400 sudionika.

U **svibnju** je u Rovinju ostvareno 60.867 dolazaka (udio 9,19%) i 253.595 noćenja (udio 6,58%), tj. 18% dolazaka i 24% noćenja manje. Posljedice tog pada idu od rasporeda blagdana do izrazito lošeg i kišovito vremena koje je rastjeralo kampere tijekom svibnja. M.P. Filmska produkcija je boravila i u prvoj polovici svinja (350 članova ekipe). Od evenata valja istaknuti HUPT (13.-15.5.) sa oko 100 sudionika, Škoda (13.-23.5.) sa 400 sudionika i Huki 2019 (20.-24.5.) sa 200 sudionika te B Travel Incentive (28.5.-2.6.) sa 500 sudionika. Od manifestacija koji su se odvijali u Rovinju izdvajamo otvaranje Steel cluba (2.-4.5.) te party francuskog dua Ofenbach (18.5.), FAKS Sings Vol. I i Vol. II (2.-5.5. i 9.-12.5.), Rovinj Photodays (3.-5.5.), Rovinj Spring Jazz Festival (22.-24.5.) i Adris RC44 Cup (29.5.-2.6.) sa više od 500 sudionika.

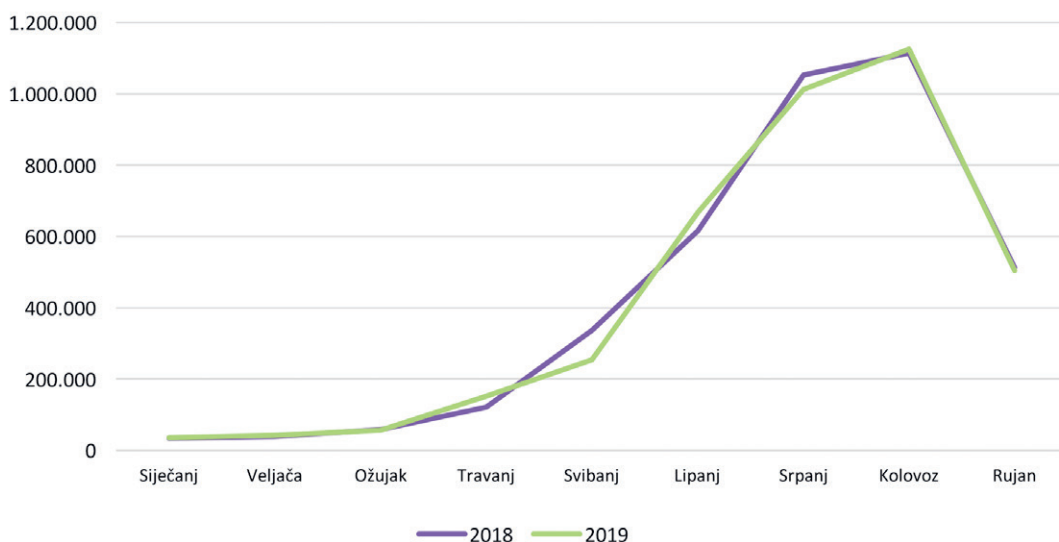
U **lipnju** je ostvareno 114.108 dolazaka (udio 17,24%) i 668.330 noćenja (udio 17,35%), što predstavlja povećanje od 12% u dolascima i 8% u noćenjima. Od manifestacija treba izdvojiti Rovinj Handball Camp (8.6.-6.7.), Regatu tradicijskih plovila (16.6.), Summer Sensual Days (17.-24.6.) te Salsa festival (24.6.-1.7.) sa 3.000 sudionika, a od evenata Thirsty Camel (2.-8.6.) sa 200 sudionika i PWC (5.-8.6.) sa 220 sudionika.

Tijekom **srpnja** ostvareno je 146.278 dolazaka (udio 22,10%) i 1.012.069 noćenja (udio 26,28%), čime su dolasci smanjeni za 1% u odnosu na prošlu godinu, a noćenja za 4%. Od značajnih manifestacija treba spomenuti Baromus - festival barokne glazbe, Ljetni festival Rovinj, novi rovinjski umjetnički festival Rovinj Art & more, Festival mediteranske glazbe Sete Sois Sete Luas (16.-17.7.), Kale, pjacete i kantuni (27.7.) te razni partyji i zabavne noći u novootvorenom klubu Steel.

U **kolovozu** je ostvareno 163.293 dolazaka (udio 24,67%) i 1.125.595 noćenja (udio 29,23%), što znači povećanje u dolascima od 7% a u broju noćenja od 1%. Značajnije manifestacije u kolovozu su Rovinj Art & more, koncerti pjevačice Róisín Murphy (3.8.) i grupe Morcheeba (17.8.) u sklopu Rovinj Summer Music Festivala, Noć sv. Lovre (10.8.), Grisia (11.8.), Kale, pjacete i kantuni (15.8.), Ronald Braus i gosti (28.8.) i tradicionalna Rovinjska noć (30.-31.8.) te glazbeni program u novom centru zabave Steel club.

Tijekom **rujna** ostvareno je 84.951 dolazaka (udio 12,83%) i 504.571 noćenja (udio 13,10%). Dolasci su manji za 3%, a noćenja za 1%. Od održanih manifestacija i evenata treba izdvojiti Dan mladih Istarske županije (13.9.), Rovinjski festival vina (14.9.), prvi rovinjski Craft beer fest (15.9.), obilježavanje Dana Grada - blagdan sv. Eufemije (14.-16.9.), Weekend Media Festival (19.-22.9.) sa više od 4.000 sudionika i FAKS Dance (27.-28.9.). Održan je 6. Kongres o smokvama od 2. do 5. rujna sa više od 100 sudionika.

VREMENSKA DISTRIBUCIJA NOĆENJA TURISTA



PREGLED OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA TURISTA PREMA TURISTIČKIM SUBJEKTIMA
U 2019. GODINI U USPOREDBI SA 2018. GODINOM

Turistički subjekt	Dolasci 2018	%	Dolasci 2019	%	2019 / 2018	Noćenja 2018	%	Noćenja 2019	%	2019 / 2018
Maistra	349.778	53,87	355.834	53,75	102	1.992.818	51,30	1.948.180	50,59	98
Valalta	66.308	10,21	66.405	10,03	100	683.173	17,59	679.509	17,64	99
Ostali objekti za smještaj	45.757	7,05	45.411	6,86	99	151.819	3,91	142.885	3,71	94
Hoteli	11.785	1,82	11.364	1,72	96	27.449	0,71	26.624	0,69	97
Ostali apartmani i sobe	33.972	5,23	34.047	5,14	100	124.370	3,20	116.261	3,02	93
Usluge građana u domaćinstvu	145.468	22,40	152.218	22,99	105	795.722	20,48	811.877	21,08	102
Ostali kampovi	34.086	5,25	33.800	5,11	99	151.232	3,89	150.379	3,90	99
Porton Biondi	27.671	4,26	26.770	4,04	97	117.557	3,03	113.222	2,94	96
Ostali kampovi	6.415	0,99	7.030	1,06	110	33.675	0,87	37.157	0,96	110
Kuće i stanovi za odmor	7.878	1,21	8.343	1,26	106	109.998	2,83	118.312	3,07	108
UKUPNO	649.275	100	662.011	100	102	3.884.762	100	3.851.142	100	99

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

Najveći turistički promet ostvarila je tvrtka **Maistra d.d.**, sa učešćem od 50,59% u ukupnim noćenjima što je 2% manje od prošle godine.

Na drugom mjestu je realizacija privatnog smještaja u kategoriji **Usluge građana u domaćinstvu** gdje je sa učešćem od 21,08% ostvareno 2% više noćenja, zahvaljujući i povećanju ukupnog broja kapaciteta od 4%. Tvrtka **Valalta d.o.o.** sa učešćem od 17,64% ostvarila je manji broj noćenja od 1%.

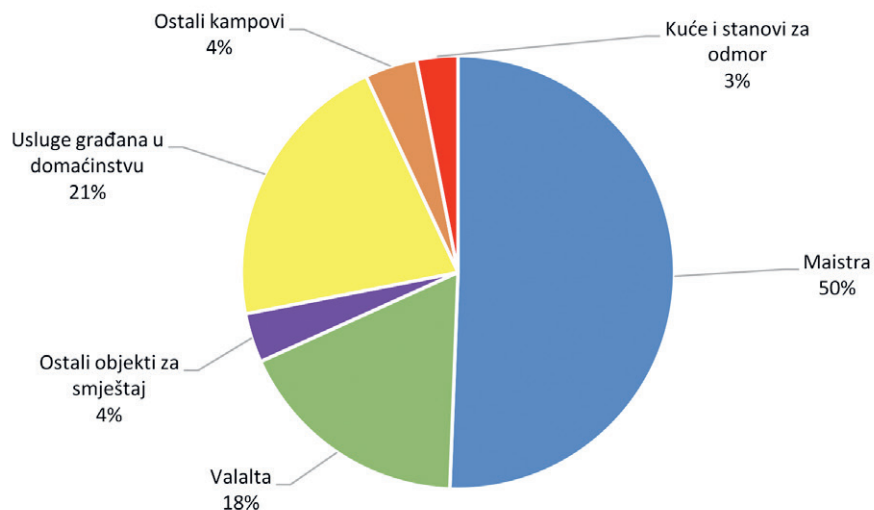
Ostali kampovi koji se ne nalaze u sastavu dviju spomenutih tvrtki, sa učešćem od 3,90% ostvarili su pad noćenja od 1%.

U **ostalim objektima za smještaj** gdje ubrajamo manje hotele, pansione, apartmane i sobe u vlasništvu obrtnika i pravnih osoba ostvareno je učešće u noćenjima od 3,71% i pad noćenja od 6%.

U **kućama i stanovima za odmor** sa učešćem od 3,07% zabilježen je porast noćenja od 8%.

Prema izvještaju **Lučke uprave** zabilježeno 38 ticanja cruisera, 308 ticanja mega jahti te 411 ticanja plovila međunarodnog linijskog prometa.

STRUKTURA OSTVARENIH NOĆENJA PREMA TURISTIČKIM SUBJEKTIMA U 2019. GODINI



PROSJEČAN BROJ DANA BORAVKA TURISTA PREMA TIPU SMJEŠTAJNOG OBJEKTA ZA RAZDOBLJE I-IX 2019.

Tip smještajnog objekta	Boravak 2017	Boravak 2018	2018/2017
Hoteli	4,1	4	98
Turistička naselja	5	5,7	114
Kampovi	7,9	7,7	97
Usluge građana u domaćinstvu	5,4	5,3	98
Ostali ugostiteljski objekti	3,7	3,4	92
Kuće i stanovi za odmor	13,9	14	101
UKUPNO	5,9	5,8	98

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

U promatranom razdoblju I-IX 2019. gosti su u Rovinju boravili **5,8 dana**, dok su u 2018. godini boravili 5,9 dana. Boravak gostiju tijekom 2019. godine bilježi pad u gotovo svim kategorijama osim u kategoriji Turistička naselja gdje su gosti boravili 5,7 dana (+14%) i u Kućama i stanovima za odmor, gdje su gosti boravili 14 dana (+1%). Najdulji boravak zabilježen je u upravo u toj kategoriji (nekomercijalni smještaj). U kampu je ostvaren boravak od 7,7 dana, u Uslugama građana u domaćinstvu 5,3 dana dok je u ostalim ugostiteljskim objektima, gdje je ostvaren najkraći boravak, 3,4 dana.

POPUNJENOST SMJEŠTAJNIH KAPACITETA PO TIPOVIMA SMJEŠTAJNIH OBJEKATA
U DANIMA ZA PERIOD I-IX 2019.

Tip smještajnog objekta	Popunjenost 2018	% Popunje- nosti	Popunjenost 2019	% Popunje- nosti	2019 / 2018
Hoteli	220	80	203	74	92
Turistička naselja	162	59	132	48	81
Kampovi	94	34	88	32	94
Usluge građana u domaćinstvu	73	26	72	26	99
Ostali ugostiteljski smještaj	76	27	69	25	91
UKUPNO	104	38	99	36	95

Izvor: eVisitor, listopad 2019.

Do 30.09.2019. iskorištenost kapaciteta iznosila je 99 dana (36%). Najveća je iskorištenost 203 dana u hotelima (74%), zatim u turističkim naseljima, 132 dana (48%). Iskorištenost u kampovima iznosi 88 dana (32%). U Uslugama građana u domaćinstvu ostvarena je popunjenost od 72 dana (26%), a u ostalim ugostiteljskim objektima 69 dana (25%).

3.3. OSNOVNA OBILJEŽJA TURISTIČKE 2019. GODINE U DESTINACIJI

Procjena je da će turistički promet u 2019. godini po broju noćenja biti na prošlogodišnjem nivou, ali sa većim brojem dolazaka od 3%. Treba napomenuti da će se na nivou godine ostvariti lošiji turistički promet u noćenjima za 4% u odnosu na plan, jednim dijelom zbog loših vremenskih uvjeta u svibnju kad smo uz različite datume blagdana u odnosu na godinu ranije imali pad od 24%, dok lipanj tu razliku nije mogao nadoknaditi. Velik utjecaj na turistički promet imao je i lošiji srpanj (pad od 4%) i lošiji rujan (pad od 1%).

Drugu godinu za redom [Rovinj je prešao brojku od 4.000.000 noćenja](#) i to 21. studenog, 15 dana kasnije u odnosu na godinu ranije. U periodu od 01.01. do 21.11.2019. godine ostvareno je 708.828 dolazaka koji su realizirali 4 milijuna noćenja, što predstavlja povećanje od 3% u dolascima, dok su noćenja na nivou realiziranih u prošloj godini.

Tradicionalna glavna emitivna tržišta nadoknađuju pad u broju noćenja ostvarenog početkom srpnja, te stoga njemačko tržište koje je prvo po broju ostvarenih noćenja kumulativno bilježi minus od 3%, dok su austrijsko i talijansko tržište na nivou prošle godinu po broju ostvarenih noćenja. Na četvrtom mjestu je nizozemsko tržište sa ukupnim minusom od 13%. Ove godine je značajan porast gostiju iz Slovenije, koji su zabilježili 11% više noćenja, dok je također primjetan porast domaćih gostiju (+2%) te gostiju iz Velike Britanije koji i dalje bilježi porast od 3%.

Prema vrsti objekta najviše je noćenja ostvareno u kampovima, 1.698.662 (udio 43%) što međutim predstavlja pad od 9% u odnosu na 2018. godinu. Hoteli su ostvarili 803.653 noćenja (udio 20%), sa porastom od 7% u odnosu na lani. Objekti u domaćinstvu ostvarili su 829.608 noćenja (udio 21%) s povećanjem od 2%. U turističkim naseljima ostvareno je 418.260 noćenja (udio 11%), što je 26% više nego u 2018. godini. Razlog povećanja u naseljima je jednim dijelom uzrokovan promjenom kategorizacije Valalte, kojim su podijeljeni postojeći kapaciteti u kamp jedinice i čvrste objekte koji se posebno evidentiraju pod kategorijom turističko naselje.

Turističku godinu u destinaciji su u globalu obilježili sljedeći momenti:

- Sigurnost - Prema međunarodnom istraživanju WTO-a, gotovo 30% svjetskih putnika bira putovanje u sigurne destinacije. Taj podatak je izuzetno bitan za Hrvatsku i Istru jer je upravo Hrvatska percipirana kao izuzetno sigurna destinacija. Budući da je Istra pretežito destinacija za obitelji, pitanje sigurnosti u najširem smislu te riječi još relevantnija. Prema zadnjem izvješću o konkurentnosti putovanja i turizma Svjetskog gospodarskog foruma (WEF), Hrvatska se našla na visokom 24. mjestu po razini sigurnosti od ukupno 136 zemalja.
- Konkurentne zemlje poput Turske, Grčke, zemlje sjeverne Afrike, pojačale su prodajne i promotivne aktivnosti kako bi poboljšale položaj na turističkom tržištu. Taj se povratak odrazio i na potražnju za našom destinacijom.
- Dobra pozicioniranost Rovinja na turističkom tržištu utjecala je i na pojavu nesrazmjera vrijednosti za novac kod određene turističke ponude (u restoranima, trgovinama, smještajnim kapacitetima), odnosno visokih cijena usluge i sadržaja lošije kvalitete zbog želje za brzom zaradom, što ruši image destinacije. Zabilježen je i određeni broj nelegalnog iznajmljivanja, pogotovo u objektima vlasnika kuća i stanova za odmor (kod tzv. vikendaša) te rada na crno. Sve to navodi na potrebu intenzivnije suradnje sa Državnim inspektoratom i tijelima MUP-a, u što je TZ aktivno uključena.
- Veliki broj gostiju u dva glavna ljetna mjeseca (preko 40.000 gostiju dnevno) utječu na prometnu gužvu i stvaraju pritisak na gradsku infrastrukturu, što uzrokuje potrebu za iznalaženjem rješenja koja bi omogućavala limitiranje broja gostiju u špic sezona.
- Turističko - ugostiteljsku djelatnost obilježio je i problem nedostatka radne snage, sa kojim su se suočavali poslodavci. Uzroci mogu biti različiti: manjkavost i neadekvatnost obrazovnog sustava, još uvijek nedovoljno atraktivne plaće za deficitarna zanimanja u toj branši, zapošljavanje uglavnom po ugovoru na određeno

vrijeme, neadekvatni uvjeti boravka sezonskih radnika iz drugih krajeva zemlje u destinaciji za vrijeme turističke sezone, problematika fiskalnih i parafiskalnih nameta koji opterećuju poslovanje poslodavaca.

Osim ranije navedenih ulaganja u poboljšanje turističke ponude, turističke i komunalne infrastrukture, značajne su aktivnosti realizirane u cilju povećanja turističkog prometa:

- Značajan utjecaj na turistički promet ima dostupnost destinacije. Ove je godine poboljšana povezanost sa emitivnim tržištima putem zračnih linija realizacijom novih i dodatnih letova na zračnu luku Pula, čime je omogućen lakši priliv gostiju pogotovo u pred i posezoni. Avio kompanija Volotea otvorila je linije iz Bordeauxa za Pulu, TUI iz Birminghama i Doncastera, Eurowings iz Stuttgarta, Easyjet iz Amsterdama i Geneve. Uzimajući ukupni broj linija, Istra je povezana sa 68 destinacija iz 21 europskih zemalja.
- U realizaciji promotivnih aktivnosti, uspješno su odrađene aktivnosti udruženog oglašavanja na emitivnim tržištima u suradnji s HTZ-om, TZIŽ-om te *gospodarskim subjektima*. Za provedbu SMP Istre na nivou Istre bilo je izdvojeno ukupno 19,237 milijuna kuna, od čega je učešće TZ Rovinj i Maistre iznosilo ukupno 11%.
- U suradnji sa HTZ-om i TZIŽ, realizirane su brojne posjete turističkih novinara, studijskih grupa, televizijskih ekipa: u 2019. godini je do kraja studenog ugošćeno 34 studijskih grupa, medijskih kuća sa 109 novinara, blogera i influencera.
- Promocijska kampanja Share Istria na društvenim mrežama, koju TZIŽ provodi već nekoliko godina za redom, polučila je izvanredne rezultate, naročito za Rovinj. Izabrani timovi influencera i blogera iz područja turizma sa velikim brojem pratitelja, boravili su u Istri i za vrijeme svog boravka postavljali su postove i sadržaje na društvenim mrežama u kojima su opisivali ljepote destinacije, doživljaje i emocije. Ukupni potencijalni doseg kampanje je 384 milijuna korisnika uz dostignutih 3,8 milijardi impresija u svega dva mjeseca trajanja kampanje. Uspješnost promocije putem ovog oblika marketinga očituje se i u direktnoj interakciji brojnih korisnika na digitalnim platformama sa sadržajem koji je došao iz Istre. Konkretno, analiza je evidentirala više od 10.000 objava sa #ShareIstria hashtagom i više od 3,8 milijuna direktnih interakcija (tzv. lajkovi, komentari i shareovi) na različitim društvenim mrežama.
- TZ Rovinj je provodila značajne aktivnosti na off line i on line promociji: Off line promocija se uglavnom provodila putem TV i stranih turističkih magazina i medija, te u okviru SMP Istre, dok se on line promocija provodila putem web stranice TZ-a www.rovinj-tourism.hr na kojoj je prezentirana turistička ponuda destinacije, ažurirao se kompletan kalendar događanja destinacije, objavljujane su vijesti vezane uz turističke teme vezano uz destinaciju i korisne informacije za poslovanje korisnika i boravak gostiju. Aktivnosti preko društvenih mreža Turističke zajednice (Facebook @rovinjtouristboard, Twitter @rovinj_official, i Instagram @lovelyrovinj, te youtube kanala) uz oglašavanje rezultirale su velikim obuhvatom korisnika i značajnom promocijom događanja, segmentiranih turističkih proizvoda destinacije, sadržaja destinacije te prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti.
- Razvoju kvalitetnih sadržaja i turističkih proizvoda koji mogu biti motivom dolazaka gostiju u destinaciju svake se godine pridaje posebna pažnja. U okviru nacionalnog projekta Hrvatska 365 - PPS destinacija „Rovinj, Bale, Kanfanar, Svetvinčenat“, nastavljena je suradnja između članica PPS destinacije, TZ Vrsar i DMC odjela Maistre u cilju razvoja turističkih proizvoda koji su identificirani kao zajednički prioriteti: cikloturizam, pustolovni i sportski turizam (tenis, nogomet, outdoor aktivnosti) i gourmet. Važne aktivnosti u tom segmentu su, na temelju postavljene infrastrukture, kreiranje prodajnih paketa i manifestacija koje imaju za cilj privlačenje gostiju u destinaciju. Važan iskorak napravljen je u segmentu standardizacije kvalitete gourmet ponude uz kreiranje evenata kojima se posjetiteljima nastoji približiti autohtona kuhinja ovog podneblja.
- Rovinj je brojne goste osim kvalitetnim smještajnim objektima i sadržajima za ljetni odmorišni turizam, privlačio kvalitetnim sadržajima i infrastrukturom za sport i aktivni odmor, wellness i zdravlje,

brojnim događanjima poput velikih kongresa i poslovnih susreta, sportskim događanjima, zabavnim i gastronomskim manifestacijama što je TZ obuhvaćala svojim promocijskim aktivnostima.

- Prema konceptu Hrvatska 365, na nivou destinacije je organizirano 100 manifestacija i događanja u pred i posezonskom periodu (I-V i X-XII) kada se realizira turistički promet upravo u dijelu godine koji nije povezan sa suncem i morem (na nivou godine ukupno 350 događanja);
- Posebna pažnja pridaje se predstavljanjem i njegovanjem tradicijskih običaja i kulture destinacije, budući da je kulturni turizam jedan od važnijih činioca turističke ponude grada. Danas turisti sve češće putuju, imaju svijest o kvaliteti, senzibilniji su na probleme zaštite okoliša, nerijetko putuju izvan glavne turističke sezone, te žele kontakt s lokalnim stanovništvom. Turistička zajednica osmislila je prije nekoliko godina mapu kulturnih atrakcija destinacije, kao i brošuru u kojem su predstavljeni kulturno - povijesni itinereri i prirodne atrakcije. Mapa se iz godine u godinu nadopunjuje novim sadržajima i mijenja sukladno stanju na terenu te je izrazito traženi promotivni materijal tijekom cijele godine. Razvojem kulturnih itinerera obogaćuje se turistička ponuda, a posjetiteljima se nudi mogućnost stjecanja znanja o postojanju različitih kulturnih identiteta određenog teritorija, boljeg razumijevanja povijesti, a istovremeno se doprinosi zaštiti povijesne baštine koja je neprocjeniva.

Brojna su bila priznanja koja su pristizala u našu destinaciju:

- Istra će nakon proglašenja najboljom maslinarskom regijom svijeta u 2019., u 2020 godini ponovno biti najuspješnija maslinarska regija svijeta prema vodiču najboljih svjetskih ekstrasjedičanskih maslinovih ulja Flos Olei i to petu godinu za redom.
- Istra je u 2019. od strane Lonely Planeta na popisu Top 10 destinacija Europe
- Rovinj je uvršten među 30 najboljih svjetskih destinacija u usponu za 2020. godinu po izboru američkog putničkog bloga Travel Lemming,
- Naturistički kamp Valalta dobitnik je nagrada "ANWB Erkende Camping Top 2019" i "ADAC Superplatz 2019" kao jedan od najboljih kampova u Europi;
- Restoran Monte u 2019. godini potvrdio je Michelinovu zvjezdicu koju je 2017. godine prvi donio u Hrvatsku;
- Na Danima hrvatskog turizma održanim 03. i 04. listopada u Osijeku, Rovinj je ponovno nakon 2014. godine proglašen turističkom destinacijom godine i okrunjen brojnim priznanjima:
 - Grad Rovinj - Turistička destinacija godine
 - Grad Rovinj - Najuspješnija destinacija za odmorišni turizam
 - Hotel Monte Mulini - Najbolji hotel s 5 zvjezdica
 - Family Hotel Amarin - 2. mjesto u kategoriji Hotel za obiteljski odmor
 - Grand Park Hotel Rovinj - Posebno priznanje za hotelsku investiciju godine
 - ACI Marina Rovinj - Posebno priznanje za razvoj ponude luksuznog turizma

3.4. OČEKIVANI TURISTIČKI PROMET U 2020. GODINI

Za sljedeću godinu **najavljuju se nove investicije i ulaganje u sadržaje** kojima će se poboljšala turistička ponuda grada.

- Grad Rovinj izvršit će sljedeća ulaganja u kulturna dobra, komunalne objekte i turističku infrastrukturu:
 - izgradnja biciklističke trake TN Villas Rubin-Polari = 500.000,00 kn,
 - uređenje Turnina utvrda = 100.000,00 kn, u cilju obnove i očuvanja spomenika kulturnog dobra,
 - sanacija krova Crkve sv. Eufemije = 150.000,00 kn, u cilju obnove i očuvanja Crkve sv. Eufemije,
 - popločenje platoa Crkve sv. Eufemija - II. faza = 2.700.000,00 kn
 - izgradnja biciklističke trake Cocaletto-Veštar = 500.000,00 kn, u cilju poboljšanja uvjeta i sigurnosti prometa, te upotpunjavanja turističke ponude u segmentu cikloturizma,
 - izgradnja objekata gospodarenja otpadom = 10.545.897,00 kn, radovi sanacije odlagališta radi prilagodbe zakonskoj regulativi za gospodarenje otpadom na području grada,
 - rekonstrukcija zgrade Gradskog sata - II. faza = 500.000,00 kn,
 - nogostup i biciklistička staza Fažanska-Turnina III faza - II dionica = 2.200.000,00 kn,
 - izgradnja sjevernog lukobrana Katarina = 100.000,00 kn,
 - izgradnja i rekonstrukcija sjeverne luke San Pelagio = 11.652.000,00 kn, podrazumijeva izgradnju i rekonstrukciju kopnenog dijela sjeverne luke San Pelagio, a koja uključuje pristupnu prometnicu sa parkingom i pripadajućom infrastrukturom. U sklopu zahvata uredit će operativna površina luke na kopnu i trokutasti trg koji povezuje površine plohe opremljen sa prostorom za odmorom i sjedenje, mogućnost parkiranja bicikla i ostalim komunalnim sadržajima.
- Grad Rovinj i Lučka uprava će u izgradnju 300 vezova u luci San Pelagio i popratnih sadržaja uložiti ukupno cca 50 milijuna kuna u omjeru 1:1.
- Maistra će u 2020. godini realizirati investicijska ulaganja u unapređenje ponude smještajnih objekata u iznosu od 189 milijuna kuna: u kampovima će se dovršavati započete investicije iz prethodnih godina, uredit će se plaža hotela Amarin, renovirati restoran i lobby hotela Eden, beach bar Lovor.
- Valalta će u pripremu turističke sezone uložiti 29 milijuna kuna u uređenje kampova i naselja i poboljšanje uvjeta boravka u njihovim objektima.
- Slijedom Odluke o dodjeli bespovratnih sredstava EU za projekt „GeoIST3A - Valorizacija prirodne baštine u Istarskoj županiji unapređenjem konkurentnosti turističke ponude“ koja je od strane MRRFEU donešena u rujnu 2018. godine, u valorizaciju i izgradnju geološkog parka Monfiozenzo biti će uloženo 15.346.052,98 kuna, od čega sufinancirano sredstvima EU u iznosu od 6.837.312,57 kuna. Nositelj projekta je Natura Histrica, a partneri Grad Rovinj i TZ Rovinj. Značajne aktivnosti na realizaciji projekta trebale bi započeti krajem 2019. godine.

Uzimajući u obzir globalnu međunarodnu gospodarsku situaciju, trendove putovanja, procjenu turističkih kretanja na emitivnim tržištima u sljedećoj godini, repozicioniranje konkurentnih zemalja na turističkom tržištu, očekivane akcijske mjere za podupiranje rasta turističkog prometa na nacionalnom nivou, ovogodišnje rezultate i pojedinačne planove turističke privrede za sljedeću godinu, na nivou grada Rovinja se u 2020. godini planira ostvarenje većeg broja noćenja u odnosu na 2019. godinu za 2%, odnosno **4.100.000 noćenja**. Najvažnija tržišta ostaju njemačko, austrijsko, talijansko, nizozemsko i slovensko tržište uz značajniju potporu tržišta Velike Britanije te Skandinavije. Poseban izazov je rasplet pitanja Brexita koji može značajno utjecati na kretanje turističkog prometa sa tog tržišta.

4.

PLAN AKTIVNOSTI TZ GRADA ROVINJA - ROVIGNO ZA 2020. GODINU

4.1. NOVA ZAKONSKA REGULATIVA

Od siječnja 2020. godine, na snazi su novi zakoni i pravilnici vezani za poslovanje turističke zajednice: Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma NN 52/19, Zakon o turističkoj pristojbi NN 52/19, Zakon o članarinama u turističkim zajednicama NN 52/19, Pravilnik o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe NN 71/19, Odluka o visini turističke pristojbe po osobi i noćenju i visini godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe za općine i gradove na području Istarske županije "Službene novine Istarske županije" 13.9.2019.

Prema novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, turističke zajednice su organizacije koje djeluju po načelu destinacijskog menadžmenta, čine poveznicu privatnog i javnog sektora, kao koordinator turističkih aktivnosti i projekata unutar destinacije u suradnji sa nositeljima turističke ponude grada. Slijedom navedenog, turistička zajednica trebala bi funkcionirati kao DMO (destinacijske management organizacije) što predstavlja **upravljanje turističkom destinacijom** kao dugoročan proces kojim bi se uz razvijanje turizma trebalo osigurati doseganje visoke kvalitete života stanovništva i očuvanje kulturnog identiteta čitave turističke destinacije.

Zakonom se potiče udruživanje turističkih zajednica u formalnom obliku kao i putem povezivanja u realizaciji zajedničkih projekata, zbog čega je i uvedena nova kategorija izdvajanja sredstava za financiranje takvih udruživanja (2% od ukupno prikupljene turističke pristojbe).

Ciljevi turističkih zajednica su:

1. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma
2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Slijedom članka 32. novog Zakona, **zadaci lokalne turističke zajednice**, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode - inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. pravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

- 3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti

- 3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu
- 3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu
- 3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom
- 3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Pored navedenih zadaća, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće zadaće vezane uz marketing:

1. odnosi s javnošću
2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala
4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)
6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini
7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Zbog stupanja na snagu novog **Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma**, bit će potrebno u roku od 10 mjeseci izvršiti **prilagodbu poslovanja sa novim zakonom** tj. izraditi novi Statut TZ-a, održati osnivačku skupštinu, izabrati članove tijela upravljanja turističke zajednice (jedna od novina je ukidanje Nadzornog odbora kao nadzornog tijela TZ-a, čija funkcija prelazi na Skupštinu TZ-a).

4.2. AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE U CILJU IZVRŠAVANJA ZAKONSKIH ZADAĆA

U cilju realizacije ciljanog turističkog prometa, povećanja broja dolazaka u pred i posezonskom periodu, razvijanja selektivnih oblika ponude visoke kvalitete te jačanje prepoznatljivosti na međunarodnom tržištu, **u 2020. godini Turistička zajednica grada nastaviti će sa sljedećim aktivnostima:**

- **unapređenje općih uvjeta boravka gostiju** u destinaciji poticanjem brige o zaštiti okoliša, organiziranjem akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, kao i **pružanjem podrške sigurnosti gostiju u destinaciji** kroz sufinanciranje dodatnih timova hitne pomoći, vatrogasaca i spasioaca na javnim plažama.
- kontinuirani rad na **poticanju javnog i privatnog sektora** u cilju provedbe smjernica Plana razvoja turizma grada Rovinja, podupiranje aktivnosti kreiranja diferencirane ponude, osmišljavanje novih turističkih sadržaja i proizvoda u skladu sa njegovim postavkama s posebnim naglaskom na promicanje lokalnih specifičnosti, kulturnih i prirodnih vrijednosti. Početkom godine krenuti će se sa pripremnim radnjama za izradu novog **dugoročnog plana razvoja turizma destinacije**, budući da je aktualni Plan razvoja turizma grada Rovinja izrađen za period od 2010. do 2020. godine;
- organiziranje **događaja i manifestacija** te pružanje financijske podrške manifestacijama u organizaciji drugih subjekata koji će pojačati atraktivnost destinacije, u čiju svrhu je u rujnu raspisan Javni poziv za potpore manifestacijama (za 2020. godinu pristiglo je 73 kandidatura te je osigurano 3.626.930,00 kuna

potpora, 7% više u odnosu na prethodnu godinu); u kalendaru događanja 2019. godine je ukupno objavljeno (i održano) 350 događanja tijekom cijele godine;

- nastavak aktivnosti na **razvoju turističkih proizvoda** koji su u okviru utvrđenog Sporazuma o suradnji između TZ Rovinja, TZ Vrsara, TZ Bale, TZ Kanfanara, TZ Svetvinčenat i DMC odjela Maistre iz 2017. godine, identificirani kao zajednički prioriteti - cikloturizam, pustolovni i sportski turizam (tenis, nogomet, outdoor aktivnosti) i gourmet:
 - uređenje i održavanje **biciklističkih staza** (109 km), postavljanje signalizacije i putokaza (uključene nove trase postojećih MTB staze Limes (201), Rubinum (202), Vistrum (203), pješačko/biciklistička staza Basilica, novo utvrđene rekreacijske bike staze za obitelji Priče iz lugareve kućice (221) i Staza plemenitog diva (222) te novotrasirane cestovne bike staze ukupne dužine 239 km - Sjever-sjeverozapad (211), Rovinjska razglednica(212), Rovinjski trokut(213) uz tiskanje novih pripadajućih biciklističkih karti,
 - kreiranje proizvoda cikloturizma sa raznim tematikama - obilasci gastro punktova, kulturni obilasci, arheološki itinereri i sl.,
 - nastavak realizacije projekta **Weekend bike and gourmet tour** - a koji objedinjuje upoznavanje destinacije putem biciklističkih staza sa gourmet ponudom na biciklističkim itinererima, u proljetnoj i jesenskoj ediciji,
 - razrada koncepta marketinške infrastrukture i promocija ponude sportsko-rekreacijskih sadržaja destinacije i sportskih događanja (**tenis, nogomet**), **aktivni odmor i outdoor aktivnosti**,
 - razvoj proizvoda outdoor: **trail i trekking staze, kayaking i climbing punktovi**,
 - implementacija **nove koncepcije gourmet ponude** u destinaciji (u okviru aktivnosti na nivou članica PPS destinacije i Ceha ugostitelja Rovinja) uz organiziranje prigodnih manifestacija koje će promovirati gourmet ponudu destinacije: Putovima rovinjskih delicija, Tradizione a tavola, Jela iz pinjate, Signature dishes).
- nastavak valorizacije kulturnih, prirodnih i tradicijskih vrijednosti u turističke svrhe i stvaranje novih turističkih proizvoda:
 - Realizacija EU projekta „GeoIST3A-Valorizacija prirodne baštine u Istarskoj županiji unapređenjem konkurentnosti turističke ponude“ koja podrazumijeva valorizaciju i izgradnju **geološkog parka Monfiorenzo**, čime TZ kao partner projekta preuzima na sebe promotivne aktivnosti novog geološkog parka Monfiorenzo,
 - u cilju očuvanja i promoviranja **rovinjskih običaja i tradicije** podržavat će se projekti Udruge Kuća o batani (regata o glavni jedara, izrada batane na otvorenom, povorka batana sa večerom u spaciju, promocija bitinada, promotivni nastupi na stranim tržištima, izložbe i izdavačka djelatnost),
 - razvoj **kulturnog turizma** i promocija kulturnih znamenitosti (brošura Kulturno - povijesni itinerari sa pripadajućom aplikacijom), podrška organizaciji kulturnih manifestacija i priredbi (Rovinj art and more, Grisia, Likovna kolonija, Baromus, Ljetni festival Rovinj, Musica sacra, Faks dance...), karta kulturno-povijesnih znamenitosti i atrakcija destinacije,
 - nadogradnja sadržaja **interaktivnog touch screena** sa prikazom interaktivne karte grada i ostalih sadržaja i atrakcija u destinaciji, na lokaciju parkirališta Valdibora,
 - nadogradnja postojeće aplikacije **City play Rovinj**, putem koje se gosti uz šaljive pitalice o gradu upoznaju sa poviješću, kulturnim znamenitostima i atrakcijama,
 - nadogradnja postojeće aplikacije **SightRun Rovinj** uz koju se korisnik trčanjem kroz definirane trase na rovinjskom području, uz audio vođenje upoznaje sa destinacijom,

- podrška projektu promocije **zdravstvenog turizma** (kroz web platforme),
- promocija posebnosti destinacije (aplikacija **Rovinj Sunset** u suradnji sa DMC Maistre)
- završetak projekta webVR aplikacija **360provideoRovinj** sa točkama posebnog interesa;
- sudjelovanje u provedbi aktivnosti definiranih **Strateškim marketing planom Istre**, u udruženom oglašavanju prema definiranim modelima sustava TZ-a, promociji turističkog proizvoda u suradnji sa TZIŽ i turističkim tvrtkama grada, podržavanju realizacije strateških projekata na nivou Istre, sa učešćem u ukupnom iznosu od 1.057.346,00 kuna, što je za 11% manje u odnosu na 2019. godinu;
- provedba **PR aktivnosti**, suradnje s medijima, ugošćavanje, kreiranje i provođenje programa upoznavanja turističkih novinara i studijskih grupa sa destinacijskim vrijednostima, prezentacija turističke ponude destinacije;
- **komunikaciju vrijednosti** podrazumijeva off line i on line oglašavanje te komunikaciju putem web stranice www.rovinj.tourism.hr i društvenih mreža (Facebook @rovinjtouristboard, Twitter @rovinj_official, Instagram @lovelyrovinj i youtube kanala TouristBoardRovinj. Predviđene su aktivnosti koje će dodatno pojačati promociju destinacije putem raspoloživih medijskih kanala;
- u okviru off line oglašavanja, TZ će **tiskati promotivne materijale**:
 - turistički vodič Rovinja (priručnik o ponudi destinacije sa prikazom destinacijskih vrijednosti i korisnim informacijama, u 6 jezičnih varijanti),
 - jedinstveni kalendar svih događanja u PPS destinaciji Rovinj, Kanfanar, Bale, Svetvinčenat
 - karte bike staza (MTB, cestovne, family)- Rovinj, Kanfanar, Bale, Svetvinčenat,
 - rekreativna family bike karta za područje Rovinja, Bala, Kanfanara i Svetvinčenta,
 - cestovna bike karta za šire područje rovinjštine,
 - trail i trekking karta za područje Rovinja, Bala, Kanfanara i Svetvinčenta,
 - brošure za biciklizam, nogomet i tenis, pod nazivom „Vaše savršeno igralište“,
 - kalendar outdoor evenata za područje clustera,
 - brošura outdoor aktivnosti destinacije,
 - gourmet brošura destinacije,
 - brošura „Kulturno- povijesni itinerari“ Rovinja u 4 jezične varijante,
 - veliki plan grada sa oznakama turističkih sadržaja i servisnih usluga,
 - plan središnjeg područja grada sa oznakama turističkih sadržaja i usluga te kulturno-povijesnih znamenitosti u 4 jezične varijante (namijenjene izletnicima koji se kraće vrijeme zadržavaju u destinaciji),
 - karta kulturno-povijesnih znamenitosti i atrakcija PPS destinacije Rovinj, Bale, Kanfanar, Svetvinčenat,
 - image katalog destinacije u 4 jezične varijante;
- upravljanje sustavom **eVisitor** (jedinstveni nacionalni sustav za prijavu i odjavu gostiju, evidentiranje i naplatu boravišne pristojbe, statistički izvještaji) i provođenje edukacije za korisnike sustava;
- **podrška aktivnostima privatnih iznajmljivača** - u sljedeću godinu ulazimo sa brojem od **2.145 registriranih privatnih iznajmljivača sa 11.313 kreveta** - 29% smještajnih kapaciteta (edukacija za prijavu gostiju putem aplikacije eVisitor, pružanje informacija vezanih uz problematiku njihovog poslovanja, prikupljanje informacija o ponudi privatnog smještaja u cilju njihovog uvrštavanja na web stranice i sl.);

- evidencija i kontrola naplate **turističke članarine** (budući da navedeno nije omogućeno u sustavu eVisitor);
- Vođenje i ažuriranje vlastite baze podataka o pružateljima turističkih i ugostiteljskih usluga u destinaciji, kao i popis stranih i domaćih vlasnika kuća i stanova za odmor. U cilju naplate turističke pristojbe i sprječavanja nelegalnog iznajmljivanja smještajnih usluga te sprečavanja nelegalnih i štetnih aktivnosti prilikom pružanja turističkih i ugostiteljskih usluga, usko će se surađivati sa Državnim inspektoratom i MUP-om;
- Obrada podataka o turističkom prometu te prikupljanje i obrada svih drugih pokazatelja bitnih za praćenje i izvršenje postavljenih ciljeva i zadaća; izrada svih potrebnih statističkih i ostalih izvještaja;
- **pružanje turističkih informacija** gostima na informacijskom punktu, korespondencija sa gostima, distribucija promotivnog materijala.

5.

PROGRAM RADA SA FINANCIJSKIM PLANOM TZ GRADA ROVINJ-ROVIGNO ZA 2020. GODINU

Prihodi turističke zajednice čine prihodi od turističke pristojbe, turističke članarine, te ostali prihodi. Njima se koristi u cilju provedbe zakonom definiranih aktivnosti, a iznos kojim raspolaže, definiran je nakon raspodjele prikupljenog iznosa TP i članarine zakonskim korisnicima (HTZ, TZIŽ, Crveni križ, nerazvijena područja, udružene TZ).

Novim zakonskim paketom, značajne su promjene u iznosima, stopama i načinima raspodjele prikupljenih sredstava od turističke pristojbe i članarina.

Pravilnikom o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe (NN 71/19) definiran je raspon visine iznosa turističke pristojbe koje prema novom **Zakonu o turističkoj pristojbi (NN 52/19)** utvrđuju županije za gradove i općine u svom sastavu, a na temelju Mišljenja koje utvrđuju tijela lokalnih turističkih zajednica. Istarska županija je na taj način donijela Odluku o visini turističke pristojbe po osobi i noćenju i visini godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe za općine i gradove na području Istarske županije koja je objavljena u Službenim novinama Istarske županije 13.9.2019.

Sljedom navedene Odluke, **visine turističke pristojbe za Grad Rovinj u 2020. godini** bit će sljedeće:

Turistička pristojba za osobe koje koriste uslugu noćenja u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost:

A) Za noćenje u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost (po osobi) iznosi:

Noćenje u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost (po osobi)		
Razdoblje	1. 4. do 30. 9.	Ostalo razdoblje
Iznos turističke pristojbe (u kunama)	10,00	7,00

B) Za noćenje u smještajnom objektu iz skupine Kampovi (po osobi) iznosi:

Noćenje u smještajnom objektu iz skupine Kampovi (Kampovi i Kamp odmorišta) po osobi		
Razdoblje	1. 4. do 30. 9.	Ostalo razdoblje
Iznos turističke pristojbe (u kunama)	8,50	5,00

Turistička pristojba za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u godišnjem paušalnom iznosu:

A) Po krevetu iznosi:

	Smještaj u domaćinstvu - po krevetu (osnovni i pomoćni)	Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu - po krevetu (osnovni i pomoćni)
Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe (u kunama)	350,00	200,00

B) Za svaku smještajnu jedinicu iznosi:

	Smještaj u domaćinstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište - robinzonski smještaj - za svaku smještajnu jedinicu	Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište - robinzonski smještaj - za svaku smještajnu jedinicu
Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe (u kunama)	500,00	250,00

Turistička pristojba koju vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor (tzv. vikendaši), plaća za sebe i članove uže obitelji u godišnjem paušalnom iznosu iznosi:

	Iznos turističke pristojbe (u kunama)
Prvi član	100,00
Drugi član	100,00
Za svakog sljedećeg člana	40,00

Značajnije novosti novog **Zakona o turističkoj pristojbi (NN 52/19)**:

- turistička pristojba je novi naziv za boravišnu pristojbu;
- definirana su samo dvije sezone kao razdoblje plaćanja turističke pristojbe;
- turistički razredi su ukinuti, što znači da je visina iznosa turističke pristojbe jednaka za cijelo područje grada (naselje Rovinj i naselje Rovinjsko Selo);
- za razliku od dosadašnjeg načina plaćanja boravišne pristojbe (za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu) u paušalu samo za osnovne krevete, turistička pristojba će se plaćati za sve krevete koji se iznajmljuju što znači i za glavne i pomoćne krevete;
- promijenjeni su udjeli raspodjele sredstava uplaćene turističke pristojbe. Od ukupno uplaćenih sredstava turističke pristojbe, za razvojne projekte i programe kreiranja novih turističkih programa na turistički nedovoljno razvijenim područjima (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) izdvajati će se 3,5% sredstava na poseban račun HTZ-a (*umjesto dosadašnjih 2,5%*) i dodatnih 2% sredstava na poseban račun HTZ-a za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), a preostala sredstva rasporedit će se:
 - 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, od čega se 30 % sredstava doznaju općini ili gradu na području kojih je osnovana, za poboljšanje uvjeta boravka turista,
 - 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici (*umjesto dosadašnjih 10%*) i
 - 20 % sredstava HTZ-u (*umjesto dosadašnjih 25%*);
- izmijenjen je način raspodjele turističke pristojbe za nautičare. Turističkim zajednicama u kojima se ostvaruje promet u nautičkom turizmu, prikupljena turistička pristojba uplatit će se: 65% lokalnim

turističkim zajednicama, od čega će se 30% sredstava doznačiti općini ili gradu na području kojih je osnovana za poboljšanje uvjeta boravka turista, 15% regionalnim turističkim zajednicama, a preostala sredstva HTZ će koristiti za promociju nautičkog turizma.

Značajnije novosti novog **Zakona o članarinama u turističkim zajednicama (NN 52/19)**:

- proširena je lista obveznika plaćanja turističke članarine (članarinu turističkoj zajednici dužne su npr. plaćati i banke koje imaju odobrenje za rad HNB za prihode u bilanci iz skupine »Prihod od provizija i naknada«);
- pravna osoba i fizička osoba obrtnik plaća mjesečni predujam članarine slijedom ostvarenog prihoda iz prethodne godine po definiranoj stopi (veća diferencijacija stopa koje nisu povećane u odnosu na dosadašnje), dok će fizička osoba koja pruža ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaćati *godišnji paušalni iznos članarine za svaki krevet u sobi, apartmanu i kući za odmor, za svaku smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu*. Taj paušalni iznos članarine, ministar nadležan za turizam propisati će posebnim pravilnikom;
- promijenjeni su udjeli raspodjele sredstava uplaćene turističke članarine. Od ukupno uplaćenih sredstava članarine, *umjesto dosadašnjih 7,5%, 9% sredstava izdvajati će se na posebni račun HTZ-a (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i dodatnih 2% na posebni račun HTZ-a za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice)*, a preostala sredstva rasporediti će se:
 - 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici
 - 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici koja je osnovana sukladno zakonu kojim se uređuje sustav turističkih zajednica (*umjesto dosadašnjih 10%*) i
 - 20 % sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici (*umjesto dosadašnjih 25%*).

PLAN REALIZACIJE TURISTIČKE PRISTOJBE U 2020. GODINI U USPOREDBI SA PROCJENOM OSTVARENJA 2019. GODINE (UZ PLANIRANO POVEĆANJE NOĆENJA OD 2%)

TP ROVINJ (procjena ostvarenja 2019.)			kn	TP ROVINJ (plan 2020.)			kn
Komercijalni - HOTELI	38,87%	9.530.000		Komercijalni - HOTELI	37,39%	9.666.000	
Komercijalni - KAMPOVI	44,82%	10.990.000		Komercijalni - KAMPOVI	46,05%	11.904.000	
Komercijalni - PAUŠAL	15,50%	3.800.000		Komercijalni - PAUŠAL	15,47%	4.000.000	
Nekomercijalni	0,82%	200.683		Nekomercijalni	1,08%	280.000	
UKUPNO	100,00%	24.520.683		UKUPNO	100,00%	25.850.000	
RASPODJELE TP 2019.				RASPODJELE TP NOVO 2020.			
FOND ZA NER. I C.K.	3,50%	906.808		FOND ZA NER. I C.K.	4,50%	1.171.108	
FOND ZA UDRUŽIVANJE	0%	0		FOND ZA UDRUŽIVANJE	2%	517.000	
<i>iznos za raspodjelu</i>		23.613.875		<i>iznos za raspodjelu</i>		24.161.892	
HTZ	25%	5.903.469		HTZ	20%	4.832.378	
TZIŽ	10%	2.361.388		TZIŽ	15%	3.624.284	
LTZ nakon transfera JLS	65%	10.744.313		LTZ nakon transfera JLS	65%	10.993.661	
JLS (30% od LTZ)		4.604.706		JLS (30% od LTZ)		4.711.569	
LTZ (zajedno sa JLS)	65%	15.349.019		LTZ (zajedno sa JLS)	65%	15.705.230	
broj noćenja 4.019.320				broj noćenja 4.100.000			

PRIHODI I RASHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA ROVINJA-ROVIGNO

	Rebalans plana 2019	Procjena ostvarenja 2019	Plan 2020	2/1	3/2
	1	2	3		
Turistička pristojba	16.250.000	15.350.000	15.705.000	94	102
Članarina	2.100.000	2.100.000	2.300.000	100	110
Ostali prihodi	580.000	450.000	450.000	71	100
Ukupni prihodi s uključenim transferom	18.930.000	17.900.000	18.455.000	95	103
Rashodi redovnih aktivnosti	12.706.032	13.033.383	12.661.649	103	97
Obveza transfera Gradu (30%)	4.875.000	4.600.000	4.711.000	94	102
Rashodi	17.581.032	17.633.383	17.372.649	100	99
Prihodi - rashodi	1.348.968	266.617	1.082.351	20	406
Pokriivanje manjka iz prethodnih godina	1.348.968	1.348.968	1.082.351	100	80
Ukupni rashodi	18.930.000	18.982.351	18.455.000	100	97
Pokriivanje manjka u idućoj godini	0	1.082.351	0		
Noćenja	4.200.000	4.019.320	4.100.000	96	102

PRIHODI

Uslijed 4% manje ostvarenih noćenja u 2019. godini u odnosu na planirano, u 2019. godini će se prema procjeni do kraja godine ostvariti 15.350.000 kuna od boravišne pristojbe, što je 6% manje od rebalansom planiranih 16.250.000 kuna.

Ostali prihodi koji većinom čine prihodi od boravišne pristojbe nautičara (vinjete), također su manji u odnosu na planirane rebalansom za 29%.

Realizirani sveukupni prihodi od 17.900.000 kuna u 2019. godini su slijedom navedenog manji za 5% od rebalansa plana.

Temeljem novih zakonskih propisa (Zakon o turističkoj pristojbi NN 52/19, Zakon o članarinama u turističkim zajednicama NN 52/19, Pravilnik o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe NN 71/19, Odluka o visini turističke pristojbe po osobi i noćenju i visini godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe za općine i gradove na području Istarske županije "Službene novine Istarske županije" 13.9.2019.), [planirani prihodi u 2020. godini uz 2% povećanje noćenja u odnosu na 2019. godinu, iznosili bi 18.455.000 kuna što je 3% više od procjene ostvarenja u 2019. godini.](#)

RASHODI

Rashodi nastaju kao rezultat provedenih aktivnosti za realizaciju određenih ciljeva i zadaća utvrđenih Zakonom, Statutom i Odlukama Vijeća TZ-a i Skupštine tijekom godine.

Zbog neostvarenih planiranih prihoda za 5%, procjenjuje se da će financijski rezultat 2019. godine završiti minusom od 1.082.351 kuna, jer su ukupni procijenjeni rashodi od 18.982.351 kuna na nivou planiranih

rebalansom. Na nivou godine, bez pokrivanja troškova iz prethodne godine, procjenjuje se da će se ostvariti pozitivan rezultat u iznosu od 266.617,00 kuna.

Planirani rashodi za 2020. godinu nakon pokrića negativnog rezultata iz 2019. godine, moraju biti jednaki planiranim prihodima (18.455.000 kuna), ali su 3% niži od procjene ostvarenja rashoda u 2019. godini.

Prikazi i obrazloženje troškova po stavkama rashoda financijskog plana slijedi u nastavku teksta, a numeracija stavki troškova slijedi redne brojeve tablice financijskih prihoda i rashoda u privitku.

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1. Rashodi za radnike

Ured TZ-a i TIC (info punkt), smješteni su i funkcioniraju zajedno u istom prostoru. Iz tog razloga, djelatnici Ureda uz redovne poslove na realizaciji programa rada TZ-a, tijekom vansezonskog perioda obavljaju i poslove TIC-a. Trenutno su u uredu uz direktoricu zaposlene još dvije djelatnice na neodređeno vrijeme. Od travnja do studenog zbog cjelodnevnog, svakodnevnog rada Ureda i informativnog punkta, dodatno će se zapošljavati sezonski radnici koji će obavljati poslove turističkog informatora - recepcionera. Uslijed stupanja na snagu novog zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, izradit će se novi pravilnik o sistematizaciji radnih mjesta, na temelju kojeg će se raspisivati natječaji za prijem u radni odnos.

U okviru financiranja troškova zapošljavanja djelatnika u Lučkoj kapetaniji slijedom Sporazuma između Ministarstva turizma i Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture, sredinom godine zaposlit će se troje sezonskih djelatnika na rok od 5 mjeseci. Obračun i isplatu plaća na temelju smjernica HTZ-a vrši TZ grada, a refundaciju troškova njihovog rada vrši Hrvatska turistička zajednica. Zbog refundacije u cijelom iznosu, plaće djelatnika zaposlenih u Lučkoj kapetaniji nisu obuhvaćene ovom stavkom.

Planirani iznos: 1.200.000 kuna

2. Rashodi ureda

Zbog stupanja na snagu novog zakona o turističkim zajednicama, u uredu će se uskladiti izvršavanje aktivnosti turističke zajednice sa novim zadaćama. Obavljat će se svi poslovi vezani za realizaciju zakonski definiranih zadaća, priprema projekata za razvoj novih turističkih proizvoda, administrativni poslovi evidentiranja obveze i praćenja naplate turističke pristojbe i turističkih članarina, prijave i odjave gostiju, pružanje turističkih informacija gostima, vođenje jedinstvenog popisa gostiju u destinaciji te izrada svih potrebnih statističkih i ostalih izvještaja. Poseban naglasak biti će također na pripremi i realizaciji manifestacija i događaja na nivou destinacije (bez angažiranja posebnih agencija za njihovu provedbu), akcija i događaja u cilju očuvanja okoliša i podizanja ekološke svijesti građana i gostiju, promoviranju kulturnih, tradicionalnih i prirodnih vrijednosti, organizaciji prijema i provođenju programa boravka studijskih grupa, novinara, TV snimatelja, kao direktan doprinos promociji destinacije. U Uredu će se vršiti razrada projekata za unapređenje turističkog proizvoda destinacije u skladu sa usvojenim Razvojnim planom turizma grada, pripremati projekti za natječaje i javne pozive na nacionalnom nivou te za sredstva fondova EU. Uz naglasak na razvoj e-marketinga, u uredu će se vršiti priprema svih promocijskih i informativnih materijala te njihova distribucija turističkim subjektima na području destinacije i u inozemstvo.

Od 2016. godine u uredu se upravlja jedinstvenim nacionalnim sustavom [eVisitor](#) za prijavu i odjavu gostiju, uz nadzor korisničke podrške i revizora Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice. Iz eVisitora se generiraju izvještaji potrebni za praćenje turističkog prometa i financijskog zaduženja i naplate boravišne pristojbe. Za potrebe korištenja sustavom, u uredu se izdaju korisnički podaci, a putem eVisitora svoje goste u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju prijavljuju svi obveznici, tj. pružatelji usluga smještaja, vlasnici kuća i stanova koji nemaju stalno prebivalište u Rovinju i stanovnici Rovinja.

Pri tome se najveći dio posla odnosi na rad sa privatnim iznajmljivačima kojih je u Rovinju trenutno [registrirano 2.145 sa 11.313 kreveta](#) - 29% smještajnih kapaciteta te sa vlasnicima kuća i stanova za odmor kojih prema evidenciji na području grada ima 1.329 (izdavanje korisničkih podataka i edukacija rada sa sustavom, evidentiranje prijave i odjave). Ostale aktivnosti su pružanje informacija vezanih uz usluge koje

pružaju privatni iznajmljivači, korisnih informacija o sigurnosti gostiju, prikupljanja informacija o ponudi privatnog smještaja u cilju njihovog uvrštavanja na web stranice i sl.

U cilju naplate turističke pristojbe i sprječavanja nelegalnog iznajmljivanja te sprečavanja nelegalnih i štetnih aktivnosti prilikom pružanja turističkih i ugostiteljskih usluga, usko će se surađivati sa Državnim inspektoratom i MUP-om.

Računovodstveni poslovi, poslovi obračuna plaća, izrada knjigovodstvenih izvještaja i završnog računa ugovorno su dodijeljeni vanjskom servisu za knjigovodstvene usluge, dok se opći i administrativni poslovi i platni promet vrši u okviru Ureda.

Rashodi Ureda osim troškova realizacije navedenih zadataka i aktivnosti, sadrže i troškove distribucije promotivnog materijala, troškove nabavke i servisiranja kompjuterske opreme te trošak održavanja software-a.

Planirani iznos: 740.000 kuna

3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

Rashode za rad tijela Turističke zajednice čine naknade članovima tijela TZ te popratni troškovi održavanja sjednica. Prema novom zakonu, ukida se Nadzorni odbor kao tijelo Turističke zajednice, a time i financijska obaveza za naknade njegovim članovima.

Planirani iznos: 180.000 kuna

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

U ovoj se kategoriji planiraju sredstva namijenjena kreiranju novih i podržavanju postojećih turističkih proizvoda i atrakcija, podizanju kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga u cilju stvaranja privlačnog i prepoznatljivog turističkog okruženja. Najveći dio budžeta otpada na organizaciju manifestacija i događanja u vlastitoj organizaciji i potpore manifestacijama u organizaciji drugih subjekata u destinaciji.

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

1.1. Projekt „Volim Hrvatsku“

U okviru projekta provodit će se ekološke akcije u cilju animiranja i edukacije stanovništva za održavanje čistoće i uređenosti destinacije, promicanja ekologije, zaštite objekata prirode, voda, šuma te stvaranja klime dobrodošlice za domaće i strane turiste i posjetitelje, u periodu od travnja do listopada. Brojne nagrade i priznanja dodijeljene Rovinju kao destinaciji godine i jednom od najuređenijih gradova na Jadranu, poticaji su za nastavak intenzivnih aktivnosti na tom polju u suradnji sa Gradom, turističkom privredom i stanovnicima grada. Akcije čišćenja priobalja i plaža provodit će se u suradnji sa stanovnicima po zonama grada te sa sportskim društvima i klubovima. Nastavit će se provedba projekta kontrole i suzbijanja populacije galeba Klaukovca, sufinanciranje arheološkog projekta istraživanja u zoni Veštar te sufinanciranje dodatnih aktivnosti na čišćenju plaža u suradnji sa gradskim Komunalnim servisom.

Planirani iznos: 125.000 kuna

2. Manifestacije

Organizacija manifestacija i događanja, podržavanje i suorganizacija istih u inicijaciji i organizaciji drugih (turistički subjekti, udruge, institucije) sa naglaskom na periode van sezone, predstavlja instrument jačanja konkurentnosti destinacije i većeg priliva gostiju. Kriteriji za provedbu potpora u glavnoj sezoni moraju uzeti u obzir međunarodni imidž svakog događaja, broj ostvarenih posjeta / dolazaka turista tijekom događaja, involviranost privatnog sektora kao podrške događaju i direktno generirane prihode. Kriteriji za provedbu potpora u periodu pred i posezone moraju uzeti u obzir dokazanu ili demonstriranu sposobnost upravljanja događajem, koristi koje će događaj donijeti destinaciji (direktne i indirektne), omogućavanje snažnog prikaza identiteta destinacije te maksimiziranje medijske izloženosti i poticanje povoda za posjetu Rovinja van glavne sezone.

TZ Rovinj je 20. rujna o.g. objavila Javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore iz programa „Potpore manifestacijama u 2020. godini“. Na temelju pristiglih kandidatura (ukupno 73), izrađen je prijedlog sufinanciranja manifestacija u organizaciji turističkih tvrtki, institucija, udruga i sl., koji će nakon prihvatanja na sjednici Vijeća biti javno objavljen na web stranici TZ-a. Prijedlog manifestacija sa pripadajućim iznosom sufinanciranja poseban je privitak ovog materijala.

Za manifestacije iz javnog poziva bilo je predviđeno sufinanciranje od strane TZ Rovinj u iznosu od 3.626.930,00 kuna potpora, 7% više u odnosu na prethodnu godinu.

2.1. Kulturno - zabavne manifestacije

2.1.1. Glazbeni poučak

Ciklus od 5 edukativnih koncerata klasične glazbe koji se temelji na stvaralaštvu istarskih kreativnih snaga.

Vrijeme realizacije: *jednom mjesečno - ožujak, travanj, svibanj, listopad, studeni.*

Planirani iznos: 20.000 kuna

2.1.2. Uskrсни program

Povodom uskrasnih praznika održat će se trodnevni prigodni zabavni program uz podjelu uskrasnih slastica građanima i gostima Rovinja na gradskom trgu.

Organizator: TZ Rovinj

Vrijeme realizacije: *11.- 13. travnja*

Planirani iznos: 75.000 kuna

2.1.3. Fotografski festival Rovinj Photodays

Stručni i natjecateljski trodnevni skup koji okuplja najbolje fotografe iz Hrvatske i Europe održat će se trinaesti put za redom. U sklopu službenog programa planirane su brojne fotografske izložbe, tradicionalna nagrada foto ruta koja je postala prava kulturno-turistička atrakcija za sve posjetitelje, stručna predavanja, radionice te pregled portfolija za fotografe.

Planirane su izložbe finalista Photodays natječaja u Multimedijalnom centru, izložba fotografa dobitnika nagrade za životno djelo u crkvi sv. Tome, zatim postava koja uključuje najbolje novinske fotografije iz prethodne godine. Sadržaji poput izložbi, raznih stručnih predavanja i panela, za zainteresirane posjetitelje su besplatni. Posjetitelji koji tijekom održavanja manifestacije budu prisustvovali nagradnoj foto-ruti, bit će nagrađeni nagradama sponzora.

Organizator: Udruga Livingstone, Rijeka

Vrijeme održavanja: *08.- 10. svibanj*

Planirani iznos: 500.000 kuna

2.1.4. Croatian Summer Salsa festival / Summer Sensual festival

Rovinj će biti domaćin devetog izdanja Summer Sensual days-a, festivala na kojem se sudionici upoznaju sa karipskim i latino plesovima poput bachate, kizombe, zouke i mnogo drugih. Trodnevni program obuhvaća radionice različitih razina, gala partije, show performanse i dr.

Hrvatski ljetni salsa festival, koji će se šesnaesti put održati nakon Summer Sensual days-a, okupit će preko pedeset svjetskih instruktora karipskih plesova, brojne DJ-e i više od pet tisuća sudionika iz čitavog svijeta. Salsa će se plesati na nekoliko jedinstvenih lokacija, a plaže, trgovi i ulice grada postati će plesne dvorane na otvorenom.

Organizator: Plesni klub Los Mamberos, Zagreb

Vrijeme realizacije: *22. lipnja - 06. srpnja*

Planirani iznos: 140.000 kuna

2.1.5. Rovinj Summer Music festival

Rovinj Summer Music festival podrazumijeva održavanje 4 vrhunska koncerta na otvorenom poznatih domaćih i svjetskih izvođača od lipnja do kolovoza u organizaciji Maistre d.d.

Planirani iznos: 737.500 kuna

2.1.6. BaRoMus - festival barokne glazbe

Ciklus tematskih koncerata izvodit će se u crkvi sv. Eufemije i crkvi sv. Franje. Raspored koncerata usklađen je sa ostalim eventima i ciklusima koncerata ozbiljne glazbe.

Organizator: Europski centar za kulturu - Domagoj Terzić, Rovinj

Vrijeme realizacije: lipanj - kolovoz

Planirani iznos: 70.000 kuna

2.1.7. Ljetni kulturni program - POU

U organizaciji Pučkog otvorenog učilišta pod nazivom Ljetni kulturni program, na trgu m. Tita, održat će se razna kulturno-umjetnička događanja, koncerti, muzičke priredbe u izvedbi rovinjskih udruga (Rovinjske mažoretkinje, KUD-ovi Stjepan Žiža i Plesarin, zborovi, Limena glazba, program Udruge Kuća o batani i sl.).

Vrijeme realizacije: lipanj - rujan

Planirani iznos: 30.000 kuna

2.1.8. Rovinjski ljetni festival

Koncerti ozbiljne glazbe pod nazivom Rovinjski ljetni festival 25. godinu za redom održat će se u crkvi sv. Franje i u crkvi sv. Eufemije (ciklus od 12 koncerata) pod vodstvom direktorice festivala mezosopranistice Katje Markotić.

Organizator: Ljetni festival Rovinj d.o.o.

Vrijeme realizacije: srpanj - rujan

Planirani iznos: 85.000 kuna

2.1.9. Festival Sete Sois Sete Luas

Festival mediteranske etno kulture koji će u 2020. godini doživjeti svoje 27. izdanje, promovira se putem Mreže za kulturu u 30 gradova, u 9 različitih zemalja: Capo Verde, Hrvatska, Francuska, Grčka, Izrael, Italija, Maroko, Portugal i Španjolska. Po principu kulturne i umjetničke razmjene ovaj se festival tijekom godine odvija po etapama u zemljama članicama asocijacije. Predstavlja projekte narodne glazbe, uličnog kazališta, likovne umjetnosti, uz sudjelovanje velikih imena mediteranske kulture. Potporu mu pruža i Europska Unija kroz programe Kaleidoskop, Kultura 2000 i Interreg IIIB Medocc, zbog njegove europske dimenzije i visoke kulturne vrijednosti projekta. U Rovinju će se održati trinaesti put za redom, a na trodnevnoj manifestaciji nastupiti će umjetnici triju mediteranskih zemalja.

Organizatori: TZ, Grad Rovinj, Županija Istarska; Associacao Cultural Sete Sois Sete Luas

Vrijeme realizacije: srpanj

Planirani iznos: 120.000 kuna

2.1.10. Rovinj Art and more

Radi se o novom ljetnom umjetničkom festivalu koji se u 2019. godini po prvi put održao u srpnju i kolovozu i svojom kvalitetom i raznovrsnim predstavama i koncertima obilježio kulturno ljeto u Rovinju. Zbog velikog uspjeha i dobrih kritika u 2020. godini će se proširiti program novim koncertima i predstavama, opernim, kazališnim i baletnim nastupima.

Organizator: Opera b.b., Ronald Braus

Planirani iznos: 100.000 kuna

2.1.11. Grisia i Likovna kolonija

Galerija na otvorenom - Grisia, jedna od najprepoznatljivijih kulturnih atrakcija destinacije održava se već 55 godine svake druge nedjelje u kolovozu. Rovinjska starogradska ulica Grisia pretvara se u umjetničku izložbu na otvorenom sa preko 200 izlagača, neovisno o tome jesu li oni akademski slikari, studenti likovnih akademija, slikari amateri ili djeca. Financijski će se podržati i održavanje tradicionalne Likovne kolonije te ljetni i zimski izložbeni program.

Vrijeme realizacije: Grisia 09.kolovoza, Likovna kolonija srpanj/kolovoz

Planirani iznos: 85.000 kuna

2.1.12. Noć sv. Lovre

Tradicionalna ljetna manifestacija čijim se programom želi naglasiti romantični ugođaj u gradu, održati će se četrnaestu godinu za redom. Noć osvijetljena bakljama i svijećama bit će obogaćena bogatim zabavnim programom organiziranih na devet pozornica. Gosti će moći uživati u romantičnoj glazbi, opernim arijama, klapskim melodijama, a cijeli će događaj biti popraćen promenadnom šetnjom i plesom članica plesne skupine duž gradskih ulica i rive.

Organizator: TZ Rovinj

Vrijeme održavanja: 08. kolovoza

Planirani iznos: 260.000 kuna

2.1.13. Koncert na otoku sv. Andrija

Tradicionalni zabavni program „Ronald Braus i gosti“, održat će se krajem kolovoza na otoku sv. Andrije.

Organizator: Međunarodni kulturni centar

Planirani iznos: 25.000 kuna

2.1.14. Rovinjske ribarske večeri

U cilju očuvanja rovinjske tradicije i običaja, TZ redovno pruža podršku projektima Udruge „Kuća o batani“ koji se sastoje od projekta gradnje batane na otvorenom tijekom sezone na velikom gradskom molu u cilju promoviranja batane kao jedinstvenog simbola grada Rovinja, etno tradicijskih večeri koje se održavaju triput tjedno tijekom ljeta, povorke batane sa večerom u spaciju - rovinjskom podrumu.

Vrijeme realizacije: srpanj - rujan

Planirani iznos: 40.000 kuna

2.1.15. Rovinjska noć

Manifestacija sa tradicijom dugom preko 60 godina, održava se krajem kolovoza kao centralni događaj u špici sezone. Osim zabavno-muzičkog karaktera manifestacije sa atraktivnim izvođačima, proslava je obogaćena kulturno - umjetničkim programima na više lokacija u gradu, bogatom gastronomskom ponudom i održavanjem tradicionalnog velikog vatrometa.

Organizator: TZ Rovinj

Vrijeme događanja: 28. i 29. kolovoza

Planirani iznos: 850.000 kuna

2.1.16. Kraljica Hrvatske

Kroz izbor za najljepšu djevojku (kraljicu) Hrvatske, promovirati će se atrakcije i turistička ponuda destinacije.

Organizator: Udruga Kraljica Hrvatske, Zagreb

Vrijeme realizacije: prosinac

Planirani iznos: 250.000 kuna

2.1.17. Proslava Dan grada / blagdan sv. Eufemije

Program proslava Dana grada sadržava brojne izložbe, koncerte ozbiljne glazbe, susrete pjevačkih zborova, folklorne nastupe, plesne predstave, sportske susrete, smotre istarskih vina Rovino, večernji zabavni program.

Organizator: Grad Rovinj

Vrijeme realizacije: 13. - 16. rujna

Planirani iznos: 30.000 kuna

2.1.18. Festival argentinskog tanga

U okviru međunarodnog plesnog tjedna argentinskog tanga za brojne sudionike festivala održavat će se mnogobrojne radionice škole plesa uz učitelje koji dolaze iz poznatih domaćih i internacionalnih plesnih studija Njemačke.

Organizacija: Libertango Oldenburg (D)

Vrijeme realizacije: listopad

Planirani iznos: 36.000 kuna

2.1.19. Gastro eventi

Razvoj gourmet ponude jedan je od prioriteta u kreiranju turističkih proizvoda destinacije. Iz tog razloga, tijekom godine će se održavati više gastronomskih manifestacija:

Putovima rovinjskih delicija - Manifestacija u trajanju od tjedan dana u koju je uključeno 12 do 15 rovinjskih restorana, održat će se devetu godinu za redom u proljetnom i jesenskom izdanju, a podrazumijeva promociju enogastronomске ponude Rovinja i Istre po promotivnim cijenama, sa ciljem privlačenja posjeta i u vansezonskom periodu.

Slijedom provedbe novog gourmet koncepta u destinaciji, održat će se *prva edicija manifestacija* The Signature Dish i Seasonal food and wine te druga edicija Tradizione a tavola: Vecchie ricette del mare.

Organizatori: Udruženje obrtnika Rovinj, Maistra d.d. i TZ Rovinj

Istria Gourmet festival - Turistička zajednica Istarske županije u suradnji s hotelskom tvrtkom Maistra petu godinu za redom organizirat će manifestaciju na kojoj vrhunski svjetski kuhari ovjenčani Michelinovom zvjezdicom predstavljaju nove trendova u gastronomiji.

Od ostalih evenata organizirat će se Gastro kutak sv. Eufemije u organizaciji Udruženja obrtnika te Rovinjski festival vina i Okusi polja u organizaciji udruge AgroRovinj.

Vrijeme realizacije: travanj, listopad

Planirani iznos: 223.330 kuna

2.1.20. Božićna čarolija/Doček Nove godine/RMF

Program obilježavanja božićnih i novogodišnjih praznika odvijati će se od 06.12.2020. do 06.01.2021. godine, a obuhvaća program u organizaciji Grada Rovinja, Maistre d.d., TZ Rovinj i Udruženja

obrnika. U navedenom periodu održat će se bogat kulturno-zabavni program „Rovinjska božićna čarolija“ popraćen gastro ponudom, brojnim sadržajima za djecu od kojih je najpopularnije klizalište, zatim tradicionalni 11. RMF - Rovinj music festival koji će se održati od 26. do 29. prosinca. Vrhunac programa bit će organizirani doček Nove godine na glavnom gradskom trgu, uz koncert jednog od poznatih izvođača i ponoćni vatromet.

Planirani iznos: 940.000 kuna

2.2. Sportske manifestacije

2.2.1. Manji sportski event

Slijedom provedenog javnog poziva za dodjelu potpora manifestacijama u organizaciji drugih subjekata, predloženi su sljedeći projekti koje će se financijski podržati:

■ Međunarodni sportski turnir „Snaga djece u pokretu“	45.000
■ Uskršni nogometni turnir za mladež	35.000
■ 3. podvodno hodočašće na kip sv. Eufemije	15.000
■ Međunarodni turnir u ženskoj odbojci	12.000
■ sudjelovanje sportskih klubova na 23. European company sports games - Arnheim 23.-27.06.2020.	10.000
■ 17. Međunarodni rally oldtimera „Histrion classic 2020“	10.000
■ Noćni kup „Sv. Eufemija 2020“	10.000
■ 22. plivački maraton sv. Eufemije	10.000
■ 5. Istarski rally	10.000
■ Basket tour	9.000
■ Kadetski veslački kup u Rovinju	9.000
■ 54. Zlatni ribon	6.000
■ Konjičko klubsko natjecanje u Rovinju	6.000
■ 16. memorijalni nogometni turnir „Lučano Jeromela“	5.000
■ Memorijalni zaron na olupinu Baron Gautsch	3.500
■ Memorijalni vaterpolski turnir mladih „Nikša Kalačić“	3.000
■ 18. Amatersko prvenstvo Grada Rovinja u vaterpolu	2.500
■ Međunarodni vaterpolo turnir veterana u Rovinju	1.500
■ Ostalo	26.000

Ukupno planirani iznos:

228.500 kuna

2.2.2. Tenis turnir „Istarska Riviera“

Međunarodni turnir u Rovinju 52. po redu iz serije ITF „Futures“, jedan je od tri iz ciklusa turnira u kojem učestvuju mladi tenisači. Natjecanje će se odvijati na teniskim terenima Maistre d.d.

Organizator: Top Spin -Zagreb

Vrijeme održavanja: 15. - 22. ožujka

Planirani iznos: 105.000 kuna

2.2.3. Popolana - sportsko zabavna manifestacija „Sportom s ulica i trgova do prirode i turizma“

Trodnevna manifestacija koja se sastoji od sportskog dijela, zabavnog programa i ponude kulinarskih specijaliteta njeguje i humanitarni karakter. Na manifestaciji se prikupljaju sredstva prodajom majica ili cvijeća, a novac se donira Udrugama za osobe sa posebnim potrebama. Organizirat će se sportska natjecanja za djecu vrtića i škola i rekreativce -građane i turiste u disciplinama: sportsko penjanje na umjetnoj stijeni, na veslačkim simulatorima, šahovski turnir, aerobik, košarka, električni pikado, nordic walking parade, biciklijada „Popolana 2020“, rovinjski polumaraton (22km) , rekreativno trčanje na 5 km, sportski i podvodni ribolov. Ulovljenom ribom iz natjecateljskog dijela pripremiti će se gastronomske delicije za sudionike „Popolane“. Na natjecanju se očekuje 1.500 sudionika, a cilj manifestacije je organizacija sportsko- rekreativno-zabavnih sadržaja koji bi privukli goste i sudionike u predsezonskom razdoblju prije prvomajskih praznika.

Organizator: Sportska zajednica grada Rovinja, Grad Rovinj

Vrijeme realizacije: 24.- 26. travnja

Planirani iznos: 70.000 kuna

2.2.4. INTL međunarodni rukometni kamp (Rovinj Handball Camp)

Rukometni kamp sa dugogodišnjom tradicijom, tijekom godina je izrastao u respektabilni edukativni centar koji okuplja više od 2000 mladih talenata i ljubitelja rukometa iz cijelog svijeta. Održavati će se tijekom ljetnih mjeseci u naselju Villas Rubin i Amarin.

Organizatori: Globesport d.o.o, Pula

Vrijeme realizacije: 06. lipnja - 06. srpnja

Planirani iznos: 90.000 kuna

2.2.5. Super Istria Cup

Super Istria CUP je novi nogometni turnir kojeg Maistra organizira u suradnji sa slovenskim partnerom. Na turniru će se natjecati 4 nogometne reprezentacije.

Organizator: Respekt plus d.o.o. Slovenija, Maistra d.d.

Planirani iznos: 75.000 kuna

2.2.6. Regata krstaša i optimista Pesaro - Rovinj - Pesaro

Održavanje tradicionalne regate koja je godinama u Rovinj dovodila brojne ljubitelje jedrenja, za sljedeću godinu nije potvrđeno.

2.2.7. Regata tradicijskih plovila

Po četrnaesti put u rovinjskom akvatoriju će se upriličiti regata povijesnih drvenih barki - batana, leuta, gajeta, pasara i drugih drvenih jedrilica pod oglavnim i latinskim jedrima. S ciljem očuvanja rovinjske pomorske tradicije plovidbe na batanama i njihove gradnje, udruga „Kuća o batani“ će tradicionalno organizirati događaj po uzoru na venecijansku povijesnu regatu, na kojem se redovno okupi veliki broj zaljubljenika u stare drvene brodice kakvim se stoljećima plovilo duž naše obale. Pozivu se odazivaju brojni vlasnici starih plovila iz Hrvatske, Slovenije i Italije.

Vrijeme održavanja: sredinom lipnja

Planirani iznos: 35.000 kuna

2.2.8. R'N'B festival

Restoran and Bars festival obuhvaća sve segmente kulture barova i restorana, a namijenjen je svim industrijama vezanim za ugostiteljstvo te najširoj publici zainteresiranoj za kvalitetnu gastro ponudu. Festival će se održati u prostorima ex TDR-a. Festival bi kroz predavanja, panele, networking i zabavu spojio sve iz gastronomskog područja i na tri dana postao centar regionalnog ugostiteljskog svijeta.

Vrijeme održavanja: 14. - 17. svibnja

Planirani iznos: 400.000 kuna

2.3. Ostale manifestacije

U nastavku slijede ostale manifestacije u organizaciji subjekata čije će se održavanje na temelju Javnog poziva sufinancirati u sljedećoj godini:

■ Ljetni festival za djecu Abracadabra	60.000
■ Rebel Allianza Festival	60.000
■ FAKS Dance 2020. Međunarodni festival folklora	40.000
■ First DIP festival	30.000
■ Plesnjak 60-tih	30.000
■ 12. Rovinjski spring jazz	25.000
■ 53. susret hrvatskih pjevačkih zborova	20.000
■ Coworking & Coliving Conference South East Europe 2020.	20.000
■ 5. rođendan Media FI d.o.o. - koncert	28.000
■ U fokusu 2020. - CUV Batana	20.000
■ Istriacarneval 2020. Međunarodni karneval puhačkih orkestara	20.000
■ Večeri izvorne rovinjske etno glazbe	15.000
■ Musica sacra - međunarodni festival zborova	10.000
■ Grisia youth	10.000

Ukupno planirani iznos: 388.000 kuna

2.4. Potpore manjim događanjima u organizaciji drugih subjekata

Tijekom godine, pružati će se financijska potpora ostalim događajima manjeg financijskog obima, u organizaciji Udruga, škola i sl. koji su podnijeli kandidaturu na temelju Javnog poziva:

■ Koncert komornog zbora Rubino	5.000
■ Koncert sv. Eufemiji	8.600
■ Artistico, festival umjetničke produkcije i dizajna	3.000
■ Ostalo	9.400

Ukupno planirani iznos: 26.000 kuna

3. Novi proizvodi

Uvažavajući tradicijske, kulturne, prirodne predispozicije destinacije, turističku i komunalnu infrastrukturu, Rovinj ima bitne predispozicije za jačanje vlastite tržišne pozicije, osobito na tržištu aktivnog odmora (cikloturizam, trekking, tenis, ronjenje, nogomet, climbing, sea-kayaking), zdravlja (wellness, fitness, vitality) te kulturnog turizma (kulturna baština, manifestacije i sl.). Tome valja pridodati i potrebu daljnje pojačane orijentacije na tržište nautičkog turizma (jahting i kruzning) te tržište poslovnih putovanja ili skupova. Tome treba pridodati i gastronomiju koja je postala ključni dio iskustva za brojne turiste koji obilaze destinacije s ciljem da uživaju u probranim i provjerenim receptima. Hrana je duboko ukorijenjena u sam teritorij te omogućava destinacijama da budu percipirane kao doista jedinstvena mjesta, privlačna sve većem broju posjetitelja koji ih žele upoznati putem okusa. Istri i Rovinju je gastronomija definitivno jedan od ključnih aduta ponude, pa se iz navedenog razloga svake godine razvoju i jačanju ovog segmenta pridaje velika pažnja. Slijedom navedenog, Rovinj je posljednjih godina stvorio motive dolaska novih gostiju u destinaciju, ali daljnjim razvojem i promocijom navedenih segmenata ponude, posjete se mogu povećavati pogotovo u pred i posezonskom periodu.

- U okviru nacionalnog projekta [Hrvatska 365 - PPS destinacija „Rovinj, Bale, Kanfanar, Svetvinčenat“](#), 2017. godine na temelju Sporazuma, uspostavljena je suradnja između članica PPS destinacije, TZ Vrsar i DMC odjela Maistre u cilju razvoja turističkih proizvoda koji su identificirani kao zajednički prioriteti: cikloturizam, pustolovni i sportski turizam (tenis, nogomet, outdoor aktivnosti) i gourmet. Na temelju prijedloga plana aktivnosti u 2020. godini, ukupna predviđena sredstva za razvoj navedenih proizvoda u destinaciji i učešće TZ Rovinj sa aktivnostima, navedeni su u tablici u nastavku:

PROIZVOD / Opis aktivnosti	Ukupni trošak aktivnosti u kunama	učešće TZ ROVINJ
BIKE		
Organizacija i upravljanje proizvodom	75.000	26.136
Infrastruktura	19.200	9.657
Usluge	58.125	30.984
Promocija	153.498	37.259
Kontrola kvalitete, standarda i metrike	5.916	3.809
Benchmark i edukacija	33.807	5.191
Kalendar evenata	5.650	3.481
UKUPNO BIKE	351.196	116.517
TENIS		
Promocija	110.250	31.348
Kontrola kvalitete	10.750	3.500
UKUPNO TENIS	121.000	34.848
NOGOMET		
Promocija	132.141	41.415
Kontrola kvalitete, standarda i metrike	12.500	6.500
UKUPNO NOGOMET	144.641	47.915
OUTDOOR		
Infrastruktura	30.000	16.900
Usluge	76.125	34.525

Promocija	119.700	30.903
Kontrola kvalitete, standarda i metrike	6.250	3.100
UKUPNO OUTDOOR	232.075	85.428
GOURMET		
Promocija	175.842	74.880
Prodaja	38.449	9.271
Kontrola kvalitete	12.084	5.714
UKUPNO GOURMET	226.375	89.865
SVEUKUPNO	1.075.287	374.573

- Prethodno navedene aktivnosti na razvoju biciklizma kao turističkog proizvoda, podrazumijeva i **održavanje biciklističkih staza** (109 km), postavljanje signalizacije i putokaza (MTB staze Limes (201), Rubinum (202), Vistrum (203), pješačko/biciklistička staza Basilica, rekreacijske bike staze za obitelji Priče iz lugareve kućice (221) i Staza plemenitog diva (222) cestovne bike staze ukupne dužine 239 km - Sjever-sjeverozapad (211), Rovinjska razglednica (212), Rovinjski trokut (213).

Projekti :

- Turistički proizvodi - biciklizam, tenis, nogomet, outdoor, gourmet 374.573
- Uređenje i održavanje biciklističkih staza 70.427
- Inicijacija projekata kulturnog turizma 33.000

Ukupno planirani iznos

478.000 kuna

4. EU projekt Monfiorenzo

Odlukom o dodjeli bespovratnih sredstava EU za projekt „GeolST3A - Valorizacija prirodne baštine u Istarskoj županiji unapređenjem konkurentnosti turističke ponude“ koja je od strane MRRFEU donijeta u rujnu 2018. godine, potvrdilo se ulaganje u valorizaciju i izgradnju geološkog parka Monfiorenzo, čime je TZ kao partner projekta preuzeo na sebe promotivne aktivnosti novog geološkog parka Monfiorenzo sa angažmanom u iznosu od 1.445.000 kuna, od čega će po završetku projekta realni ukupni nepovratni troškovi za TZ Rovinj iznositi 332.605,88 kuna. Za 2020. godinu za taj je projekt iz sredstava TZ-a osigurano 434.474 kuna.

Projekt „geolST3A“ jedan je u nizu projekata kojima JU Natura Histrica s partnerima nastoji revalorizirati prirodnu baštinu, očuvati i istražiti postojeće stanje te poduzeti aktivnosti i mjere usmjerene na formiranje održivog edukativno - turističkog geološkog punkta. Provest će se aktivnosti u svrhu obogaćivanja turističke ponude regije te sustavna edukacija, prije svega mlade populacije, u cilju diseminacije informacija o ovoj iznimno zanimljivoj i istovremeno, široj javnosti, nedovoljno poznatoj, geološkoj formaciji. Na taj se način prirodna baština funkcionalno revalorizira, postaje prepoznatljivom, obogaćuje turističku ponudu što doprinosi brendiranju turističkog proizvoda.

Projektom „geolST3A“ predviđene su aktivnosti pojedinih partnera kao i dinamika njihova ostvarivanja. U cilju održivog upravljanja lokalitetom JU Natura Histrica, izradit će Plan upravljanja zaštićenim područjem kao i Studiju upravljanja posjetiteljima. S obzirom da se radi o iznimnom geološkom parku koji predstavlja standard za praćenje sličnih prirodnih fenomena Grad Rovinj i TZ Rovinj izradit će geološki stup lokaliteta, dok će se u cilju informiranja javnosti tiskati promidžbeni materijal, organizirati edukativne radionice, osmišljavati odgojno-obrazovni sadržaji, postavljati informativni natpisi, odnosno provoditi aktivnosti vezane za promidžbu. Osim navedenoga, namjera je investirati u samo uređenje budućeg geološkog parka. Grad Rovinj će izraditi projektno-tehničku dokumentaciju, izradit će se preliminarni muzeološki program, muzeološka koncepcija s izvedbenim projektom interijera te razvoj sadržaja sa implementacijom postava

za Kamenolom Fantazija, osmislić se i izraditi novi suveniri, biti će uspostavljen sustav za praćenje broja posjetitelja, postaviti će se turistička signalizacija i WI-FI sustav, urediti će se geološki park Kamenolom Fantazija (edukativne staze, edukativna staza na pasareli unutar samog kamenoloma, edukativna zona i multifunkcionalna edukativna zona), sa svim infrastrukturnim priključcima i sanitarnim čvorom, urediti će se pristupna prometnica i parking te će se postaviti rasvjeta i videonadzor.

Planirani iznos: 371.974 kuna

5. High impact PPS experiences (MPI)

Aktivnost osmišljavanja 5 atrakcija i doživljaja destinacije Istra u periodu pred i posezone predviđena je Marketing planom Istre, a učešće TZ Rovinj u financiranju iznosi 66.687 kuna.

Prema temeljitoj analizi sadašnjih i potencijalnih izvansezonskih proizvoda u Istri koji će se kroz ovu aktivnost prilagoditi zahtjevima ključnih tržišta od strane potencijalnih ciljnih segmenata i njihovih interesa, razviti će se komplementarni niz iskustava. Iskustva koja će se kreirati i plasirati na tržište privući će više posjetitelja u rujnu i lipnju čime će se otvoriti veliki broj potrebnih radnih mjesta te će se ostvariti prihod u polusezoni i izvansezoni. Osim toga, diversificirati i ojačati će se brend, što će dovesti do bolje konkurentnosti destinacije Istra.

Ključni radni procesi definirani Strateškim marketing i operativnim planom za provedbu ove inicijative su:

- Istraživanje, vrednovanje i kategorizacija najatraktivnijih i potencijalno atraktivnih mjesta i aktivnosti u Istri tijekom razdoblja izvan sezone
- Objedinjavanje 5 prijedloga iz Strateškog marketing plana u portfelj iskustava:
 - Velika tura po Istri,
 - Romantično putovanje u Istru,
 - Biciklistički izazov,
 - Bijeg na otvoreno,
 - Tura Gurmani i ljubitelji vina
- Definicija odabira kriterija za vrhunskih 5 izvansezonskih iskustava koja treba razviti. Mogući kriteriji evaluacije: potencijalna potražnja, spremnost/potrebni naponi i ulaganje iskustva, ekonomski utjecaj, komplementaran karakter u pogledu ciljanih segmenata, mjeseci putovanja, regije Istre i trajanje, na primjer,
- Odabir vrhunskih 5 PPS doživljaja,
- Pokretanje inicijative izgradnje konzorcija privatnog sektora za razvijanje iskustava,
- Razvijanje jasnih funkcija podrške TZ i pravila razvoja za svako iskustvo koje se razvija,
- Objedinjavanje gotovih iskustava u vlastite sustave rezervacija,
- Postavljanje iskustava i u kanale trećih strana preko turističke industrije i kanala specijaliziranih iskustva i aktivnosti kao što je getyourguide, excursiopedia i slično,
- Konačna provjera kvalitete iskustva i plasiranje promoviranja preko velike PR kampanje te online i offline marketinga.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje

Ovom stavkom predviđena su oglašavanja na internetu (Google Adwords, razni portali i sl.) i preko društvenih mreža, dok su ostale aktivnosti on line oglašavanja obuhvaćene u troškovima udruženog oglašavanja u okviru Marketing plana Istre. Provođiti će se promotivna kampanja na facebooku, a u rujnu će se na svim našim društvenim mrežama (facebook, twitter i instagram) ponovno pokrenuti natječaj za najbolju fotografiju sa odmora u našoj destinaciji „Can't wait for #rovinj2021“, kako bi se povećao broj follower-a naših društvenih mreža.

Planirani iznos: 140.000 kuna

1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama (MPI)

Tijekom 2020. godine nastavlja se ciklus vezan uz vođenje destinacijskog portala te se napori usmjeruju na nove aktivnosti, predodređene sljedećim strateškim ciljevima:

- Povećanje broja inozemnih posjeta na stranici,
- Smanjenje *bounce rate-a*, odnosno produljivanje zadržavanja korisnika na stranici,
- Primjena 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,
- Planiranje re - marketing kampanja koristeći učinkovito unaprijed prikupljene podatke,
- GDN (Google Display Network) kampanje provoditi će se u suradnji između TZIŽ i IRTA-e, radi što veće uspješnosti istih.

Uz nove aktivnosti, započinje novi ciklus vezan uz vođenje destinacijskog portala. Neke aktivnosti koje su se primjenjivale prošlih godina suradnje ostaju, međutim, očekuju se znatnije promjene u okvirima upravljanja sadržajem.

Ključne aktivnosti u 2020. kojima će se postići prije navedeni ciljevi:

- Stvaranje novog sadržaja na mjesečnoj bazi (Iskustveni i TOP 5 tekstovi),
- Nastavak SEO aktivnosti koje su započele u 2019.,
- Unos i ažuriranje manifestacija u Istri tijekom cijele godine,
- Koordinacija s LTZ-ovima u vezi objava, novosti i točnosti informacija,
- Objava statistike turističkih zajednica (u koordinaciji s TZIŽ),
- PR objave i priopćenja (u koordinaciji s TZIŽ) u kategoriji TOP NEWS,
- Potrebne aktivnosti vezane uz optimizaciju za tražilice (SEO) - postavljanje meta opisa, naslovnih

oznaka te ostalog što će doprinijeti boljem pozicioniranju na Google tražilici,

- Prilagodba strukture Internet stranice, nakon čega će slijediti izmjena postojećih kategorija (naziva/ url/naslovnih oznaka i meta opisa) radi boljeg pozicioniranja web stranice na tražilicama
- Prilagodba Newsletter prijave u svrhu povećanja broj prijavljenih na istu,
- Implementacija potrebnih tehničkih funkcionalnosti,
- Kontrola objavljenog sadržaja - dostavljenog od trećih strana,
- Nadzor i analiza rada web stranica (detaljno statističko praćenje),
- Praćenje trendova, novosti u digitalnom svijetu - online edukacije po potrebi (primjerice Facebook i Instagram oglašavanje).

Kako je tijekom 2018. i 2019. godine web destinacijski portal Istre doživio veliku promjenu - u suradnji dizajnera, programera, Turističke zajednice Istre i IRTA-e, 2020. nastaviti će se rad na novom portalu kojem je prilagođen i izgled newslettera te društvenih mreža. Posebna će se pozornost obratiti kako na stvaranje novog sadržaja tako i na recepciju istog te uspoređivati performanse, u cilju što boljeg korisničkog iskustva, većeg broja posjeta te ostvarenja ciljeva weba.

Aktivnost je dio Marketing plana Istre u kojoj će TZ Rovinja sudjelovati sa iznosom od **66.687 kuna**.

1.3. Razvoj i održavanje vlastitih web stranica

U svrhu daljnje kvalitetne promocije i distribucije sadržaja, planira se nastavak nadopunjavanja portala tekstualnim, slikovnim, video i animiranim sadržajima. Unaprijedit će se i sadržaji vezani uz promociju turističkih proizvoda, a u skladu s potrebama pojedinih tržišta.

Nadalje, planira se uvođenje novih funkcionalnosti i provođenje aktivnosti namijenjenih podizanju kvalitete usluge portala, sve s ciljem unaprjeđenja i boljeg pozicioniranja samog web portala.

Ne planiraju se značajnije izmjene u samom dizajnu, ali će se poboljšati struktura rekonstrukcijom portala u pojedinim segmentima, kao i širenje strukture. Također, planira se postavljanje web platforme TZ Rovinj je u listopadu 2017. stavio u funkciju nove web stranice destinacije www.rovinj-tourism.com sa suvremenim načinom prezentacije destinacijskih vrijednosti i turističke ponude, optimalizacijom stranica putem SEM strategija (optimalizacija broja impresija putem optimiziranja ključnih riječi pretraživanja; fokus na ključna tržišta, unapređenje URL i strukture Internet stranice, poboljšanje i povećanje prisutnosti na kanalima društvenih medija) i SEO strategija (Optimizacija za tražilice -Search Engine Optimization, provođenje istraživanja ključnih riječi, kreiranje susretljivih *tagove* naslova, optimiziranje ključnih riječi za *anchor* tekst, koristiti URL povezivanje i nuditi kvalitetan sadržaj), znači kontinuirano praćenje performansi Internet stranice (SEO) i prometa *search* (SEM) aktivnosti.

Provoditi će se aktivnosti promocije destinacije i informativnih poruka o sadržajima i događanjima u destinaciji putem društvenih mreža (Facebook @rovinjtouristboard, Twitter @rovinj_official, i Instagram @lovelyrovinj, youtube kanala).

Ciljevi interakcija na društvenim mrežama bit će sljedeći:

1. Komuniciranje aktivnosti i događanja
2. Predstaviti različite vrste znamenitosti i povijesne činjenice grada i okolice

3. Kontinuirano oglašavati Facebook i Instagram profil i sadržaj na ključna tržišta (Italija, Austrija, Njemačka, Slovenija, Hrvatska, Poljska, Nizozemska, Mađarska, Slovačka i Velika Britanija)
4. Kontinuirano kroz godinu prezentirati destinaciju sa svojom bogatom ponudom i događanjima
5. Komunicirati uspjehe destinacije u svijetu turizma
6. Pružiti fanovima i gostima zanimljiv, zabavan i interaktivan sadržaj
7. Uvesti nove ideje za komunikaciju s fanovima na mrežama - Insta stories kampanje te posebne Facebook kampanje
8. Uključiti travel zajednicu u cjelokupnu komunikaciju (travel influenceri, blogeri, fotografi).

Planirani iznos: 200.000 kuna

Offline komunikacije

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

U suradnji i zajedničkim učešćem sredstava HTZ-a, TZIŽ, lokalnih TZ-a te turističkih tvrtki koje sudjeluju u marketing planu Istre, provodit će se oglašavanje ponude destinacije po modelima koje propisuje Glavni ured HTZ-a.

Predviđeno financijsko učešće naše turističke zajednice u udruženom oglašavanju prema MPI iznosi 716.891 kuna, dok oglašavanje u suradnji sa turističkom agencijom Uniline iznosi od 50.000 kuna.

Planirani iznos: 766.891 kuna

2.2. Opće samostalno oglašavanje

Samostalno medijsko oglašavanje TZ-a provodit će se putem specijaliziranih časopisa, novina, te ugovornih odnosa sa lokalnim TV i radio postajama.

Planirani iznos: 400.000 kuna

2.3. Brošure i ostali tiskani materijali (MPI)

Navedene aktivnosti čine dio Marketing plana Istre u kojoj će TZ Rovinja sudjelovati sa udjelom u iznosu od 23.690 kuna.

2.3.1. Enjoy Istra

Vodič koji pridonosi prepoznavanju Istre kao regije sa bogatom cjelogodišnjom ponudom, tiskati će se u više edicija i jedinstvenom četverojezičnom izdanju. Brošura služi kao informator o turističkim vrijednostima i događanjima u Istri tijekom čitave godine.

Planirani iznos: 19.690 kuna

2.3.2. Vacation planer

Za potrebe sajмова i prezentacija, TZIŽ će realizirati novo godišnje izdanje Planera odmora i to u šest jezičnih mutacija (hrvatski, engleski, njemački, talijanski, ruski i slovenski). Brošura u kojoj je predstavljena

destinacija Istra s ciljem privlačenja turista u Istri pokazuje sunce i more, netaknutu prirodu, kulturnu baštinu, eno i gastro doživljaje, aktivni odmor, odmor u zelenoj Istri, a dodatno su predstavljeni svi istarski klasteri, tradicionalne manifestacije te kontaktni podaci za smještaj. Namijenjena je prvenstveno distribuciji na sajmovima i prezentacijama te predstavništvima HTZ-a u inozemstvu.

Planirani iznos: 4.000 kuna

2.4. Brošure i ostali vlastiti tiskani materijali

Promotivni materijal namijenjen je promociji destinacije, informiranju gostiju i unapređenju prodaje turističkog proizvoda grada Rovinja. Promotivni materijal dijeli se gostima u destinaciji, koristi se na sajmovima i prezentacijama, dijeli se turističkim tvrtkama i subjektima koji direktno ili indirektno vrše prodaju ili promidžbu grada Rovinja i prezentiraju atrakcije i turističke usluge našeg grada.

2.4.1. Image brošura Rovinja

Image katalog destinacije čiji je sadržaj podijeljen na poglavlja u kojima se predstavlja kultura i povijest, tradicija i običaji, prirodne ljepote i zaštićeni krajolici, atrakcije, gastro ponuda i specifičnosti kraja, aktivni boravak u destinaciji (sport, zabava, rekreacija, wellness, izleti), smještaj, početkom godine biti će tiskan u 4 jezične mutacije. Brošura će se distribuirati na sajmovima i prezentacijama, turističkim tvrtkama i ostalim turističkim subjektima, gostima na info punktu.

Planirani iznos: 50.000 kuna

2.4.2. Turistički vodič

Turistički vodič ažurirat će se informacijama o novoj ugostiteljskoj i turističkoj ponudi destinacije. Tiskat će se u 6 jezičnih mutacija (HR, GB, D, IT, Slo, NL). Osim informacija o destinacijskim vrijednostima i specifičnostima, vodič sadržava brojne korisne informacije i upute za posjetioce grada, važne telefonske brojeve i kontakte, upotpunjene bazom adresa većih smještajnih kapaciteta na području TZ-a, ugostiteljskih objekata i turističkih agencija. Turistički vodič je svojim sadržajem i informacijama najobuhvatniji tiskani materijal destinacije.

Planirani iznos: 80.000 kuna

2.4.4. Kalendar događanja

Kalendar događanja destinacije tiskat će se u obliku brošure koja se kao informativni materijal distribuirati gostima, stanovnicima, agencijama, privatnim iznajmljivačima, smještajnim objektima. U kalendaru događanja prošle godine je objavljeno 350 događanja koji su se održali tijekom cijele godine, od kojih je 100 manifestacija i događanja održano u pred i posezonskom periodu (I-V i X-XII).

U kalendaru će se prezentirati sva događanja i manifestacije u destinaciji. Biti će uključena sva događanja, izložbe, koncerti, veliki kongresi, svih nositelja organizacije na području PPS destinacije. Kalendar će se tiskati u 6 jezičnih mutacija.

Planirani iznos: 40.000 kuna

2.4.5. Karte Bike staza

Tiskanje biciklističkih karata podrazumijeva tiskanje ažuriranih karata biciklističkih staza za MTB, cestovne i family friendly staze.

Planirani iznos: 19.000 kuna

2.4.7. Ostali tiskani materijali

Izrada ostalog tiskanog materijala odnosi se na tiskani materijal manjeg obima koji se izrađuje u promotivne, organizacijske te informativne svrhe, poput vrećica, letaka i sl.

Planirani iznos: 35.000 kuna

2.4.8. Otkup monografije grada, Istre, Hrvatske

U planu je izrada nove monografije Rovinja u čiju će se realizaciju uključiti Grad i TZ.

Planirani iznos: 50.000 kuna

2.4.9. Karte grada

Izvršit će se reprint plana grada koji sadržava prikaz šireg područja grada sa oznakama glavnih turističkih sadržaja, povijesno-kulturnih i prirodnih znamenitosti i atrakcija, važne servisne i uslužne informacije, i sl. Plan grada sa užim područjem obuhvata i osnovnim oznakama atrakcija u destinaciji tiskat će se na formatu A3 i bit će namijenjen prolaznim gostima i izletnicima za kraće obilaske grada.

Planirani iznos: 60.000 kuna

2.5. Suveniri i promo materijali

Kao promotivni materijal / suvenir koji se distribuiraju i poklanjaju novinarima, VIP gostima, na prezentacijama, prilikom posjeta destinaciji, održavanja kongresa, obilježavanja značajnih jubileja i manifestacija i sl. koristit će se monografije, rovinjski Pelinkovac, vina i ulja rovinjskih proizvođača, makete batana, promotivne trakice, linija rovinjskih parfema - Profumo di Rovigno. Kao promo materijal, koristit će se šalice i kemijske sa novim vizualnim rješenjem.

Planirani iznos: 10.000 kuna

2.6. Info table

Trošak podrazumijeva postavljanje dodatne interaktivne touch screen jedinice na fasadi novog ureda TZ-a koji je bio predviđen projektnom dokumentacijom.

Planirani iznos: 50.000 kuna

2.8. Odnosi s javnošću i prijem novinara (MPI)

Aktivnosti odnosa sa javnošću i suradnja s medijima veoma su bitne za promociju turističkog proizvoda destinacije. Odnose se na profiliranu komunikaciju i ciljane poruke prilikom prijema novinara, TV ekipa te kod prezentacija ponude. Veoma je važna organizacija obilazaka i priprema programa za novinare i TV kuće koji će realizirati reportaže vezane za ponudu destinacije. Provođenje aktivnosti na tom području rezultiralo je dobivanjem značajnog prostora u medijima, brojnim priznanjima svjetskih medija, povećani priliv gostiju u našu destinaciju te povećani interes i odaziv europskih i svjetskih novinskih i TV kuća za posjetom našoj destinaciji.

TZ će sudjelovati u financiranju aktivnosti TZIŽ obuhvaćenim Marketing planom Istre (MPI), sa iznosom od 66.687 kuna.

2.9. Odnosi s javnošću i prijem novinara (TZ)

S obzirom na značaj i rezultate udruženih PR aktivnosti koje u velikoj mjeri nadopunjuju marketinške aktivnosti putem udruženog oglašavanja, nastaviti će se suradnja s Glavnim uredom HTZ-a, TZIŽ i predstavništvima u inozemstvu. TZ će samostalno ili u suradnji sa turističkim subjektima u destinaciji provoditi PR aktivnosti, pripremati i provoditi programe boravka novinara, studijskih grupa i TV ekipa u cilju što kvalitetnije i atraktivnije prezentacije destinacijskih vrijednosti, kako bi osigurali kvalitetno odrađene reportaže, TV emisije i novinske članke i priloge. Prema dosadašnjem modelu HTZ pokriva troškove dolaska, prijevoza i smještaja novinara, a lokalne turističke zajednice preuzimaju troškove vođenja, dodatnih obroka i ostalih troškova u destinaciji.

Planirani iznos: 140.000 kuna

2.10. Destinacijski razvojni projekti (MPI)

Pod ovom stavkom podrazumijevaju se pripadajući troškovi vezani uz provedbu najznačajnijeg marketinškog projekta utvrđenog ugovorom sa FC Bayern Munchen - Istra, a obuhvaćeni su Marketing planom Istre.

Planirani iznos: 83.359 kuna

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

3. Posebne prezentacije

Turistički sajmovi i prezentacije kao mjesto susreta turističke ponude i potražnje jedan su od kanala distribucije informacija te jedan od najizravnijih načina obraćanja potencijalnim turističkim potrošačima u emitivnim turističkim zemljama. Promociju destinacija na sajmovima i workshopovima uglavnom provode HTZ, TZIŽ i turističke tvrtke, dok neke ciljane prezentacije odrađuju lokalne TZ samostalno. Prisustvovanje prezentacijama bit će troškovno obuhvaćeno u stavkama Administrativnih rashoda (Dnevnice i službena putovanja).

Planirani iznos: 0 kuna

V. INTERNI MARKETING

1. Edukacija

U navedenu stavku uključene su edukacijske prezentacije o novim zakonskim propisima vezanih uz pružanje usluga u ugostiteljstvu i turizmu.

Planirani iznos: 15.000 kuna

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Ovom stavkom predviđen je trošak realizacije projekta projekta webVR aplikacija 360provideoRovinj sa točkama posebnog interesa, nadogradnja postojeće aplikacije City play Rovinj i podrška projektu promocije zdravstvenog turizma (kroz web platforme).

Planirani iznos: 150.000 kuna

7. Jedinstveni turistički informacijski sustav

Od siječnja 2016. godine u primjeni je jedinstveni sustav eVisitor za prijavu i odjavu gostiju evidentiranje i naplatu boravišne pristojbe, izradu raznih statističkih izvještaja i sl.. Budući da novi program ne sadržava povijesne statističke podatke o turističkom prometu, evidenciji i naplati boravišne pristojbe te ne podržava evidentiranje i praćenje naplate članarine, i dalje će se morati koristiti informacijski sustav koji je bio u upotrebi do kraja 2015. godine. Navedena stavka stoga podrazumijeva održavanje navedenog sustava, naknadu za korištenje i održavanje navedenih programa.

Planirani iznos: 6.000 kuna

8. Novi krovni komunikacijski koncept (MPI)

Brend Istra dobio je svoju „Veliku ideju“ koja će biti krovni naziv za objedinjeni sustav marketinške komunikacije koja će se uvesti u sljedeće razdoblje od 5 godina. Glavne koristi od krovne „Velike ideje“ je imati snažan komunikacijski alat za privlačenje pažnje ciljanih segmenata, nadahnjujući ih da saznaju više o odredištu i da poželevlastito iskustvo doživljaja. Kako se Velika ideje stalno ponavlja u komunikaciji, ona pogoduje brzom asociranju odredišta sa apsiracijskim konceptom pri tome brzo rješavajući raskorake u svijesti.

Priručnik o implementaciji krovnoga komunikacijskoga koncepta, ključne ideje, mora sadržavati sljedeće:

- značenje koncepta,
- pozadinsku priču koja čini concept,
- slogan prilagođen na minimalno deset (10) jezika (uključujući hrvatski, engleski, njemački, talijanski, francuski, slovenski, poljski, ruski, švedski, nizozemski),
- širenje Krovnooga komunikacijskoga koncepta, poruke koje će priopćavati, priče koje će pričati,
- prikaz i analizu primjera evolucije ideje (minimalno dva primjera),
- korištenje koncepta u medijima (elektroničkim, tiskanim i sl.),
- vizualni kontekst, simbole, boje, ikone prilagođene željenim slikama i percepcijama samoga idejnoga koncepta,
- fotografije i motive koji asociraju na samu ideju (minimalno deset slikovnih prikaza),
- 20 pojmova/riječi ili fraza povezanih s krovnim komunikacijskim konceptom,
- ostale korisne podatke.

Planirani iznos: 33.344 kuna

VII. POSEBNI PROGRAMI

1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena

Aktivnost se odnosi na podupiranje turistički slabije razvijenih područja rovinjštine u turističkoj valorizaciji običaja i tradicije te komparativnih vrijednosti. Sufinancirati će se „Antonja“ - izložba vina i maslinova ulja u Rovinjskom Selu, „Jakovljeva“ u Kanfanaru, „Seljanske maskare“ te 7. festival istarske supe.

Planirani iznos: 30.000 kuna

2. Podrška strukovnoj školi Eugen Kumičić

U rujnu 2019. godine između Strukovne škole Eugen Kumičić, Grada Rovinja, TZ grada Rovinja, Maistre, Valalte i Udruženja obrtnika grada, potpisan je Sporazum o suradnji za potrebe škole u obrazovnim sektorima, turizmu, ugostiteljstvu, strojarstvu, brodogradnji i metalurgiji te elektrotehnici i računalstvu. Navedenim Sporazumom TZ Rovinj se obavezala na izdvajanje iznosa od 50.000 kuna godišnje u sljedećih pet godina.

Planirani iznos: 50.000 kuna

VIII. OSTALO

1. Hitna medicinska pomoć, spasioci

Financiranje se odnosi na osiguranje dodatnih timova HMP T1 i T2 tijekom turističke godine u destinaciji. TZ će osiguranje dodatnih timova hitne pomoći sufinancirati sa 335.000 kuna, dok će Grad Rovinj osigurati preostala potrebna financijska sredstva. ovom stavkom bit će obuhvaćeno i osiguranje spasilačke službe na javnim plažama grada.

Planirani iznos: 395.000 kuna

2. Čuvari i vatrogasci

Financiranje se odnosi na osiguranje dodatnog dežurnog tima vatrogasaca u ljetnim mjesecima i angažman zaštitara u cilju osiguranja provedbe odluke o komunalnom redu.

Planirani iznos: 170.000 kuna

3. Strategija razvoja turizma destinacije (2020. - 2030.)

U 2020. godini bit će potrebno napraviti novu strategiju razvoja turizma destinacije za sljedeće desetogodišnje razdoblje budući da je postojeća strategija izrađena za period od 2010. do 2020. godine.

Razvojnim planom turizma grada Rovinj- Rovigno za period do 2020. godine, koji je izrađen i usvojen u lipnju 2010. godine, utvrđena je definicija strateškog pozicioniranja destinacije i njenog daljnjeg razvoja. Kao zajednička inicijativa Grada Rovinja, Turističke zajednice i turističke privrede grada Rovinja, te svih ostalih stakeholdera, cilj master plana bila je provedba mjera i aktivnosti kojima bi Rovinj iskoristio svoj potencijal, ciljano nadogradio svoju ponudu i nastavio razvijati turizam na održiv način i time kreirao novu vrijednost za zajednicu.

Strateški okvir razvoja destinacije bio je postići Upscale poziciju podizanjem kvalitete ponude poštujući okvire održivog turizma, sa ciljem smanjenja sezonalnosti, povećanja prosječne popunjenosti kapaciteta maksimalno koristeći vlastite resurse uz nadogradnju ponude adekvatnim sadržajima.

Strateški ciljevi:

1. Produljenje sezone sa 94 na 180 dana unutar 10 godina - podizanje prosječne godišnje iskorištenosti kapaciteta sa 25% na 55%
2. Podizanje potrošnje po turistu za 30% temeljem podizanja kvalitete ponude
3. Postizanje prepoznatljivosti branda na europskoj razini

Koncept Master plana bio je sadržan u četiri cjeline:

Pozicioniranje destinacije

1. Prilagodba smještajnih kapaciteta (proširenje kapaciteta na 4* i 5*). Realizacija navedenih ciljnih vrijednosti kreće od projekata koji su direktno vezani za postizanje upscale pozicioniranja, a uključuju prilagodbu smještajnih kapaciteta na miks u kojem destinacija 15% svojih smještajnih kapaciteta ima u kategoriji od 5*, 45% smještajnih kapaciteta u kategoriji od 4*, 30% u kategoriji 3* i 10% u kategoriji od 2*. Postizanje navedenog miksa predviđeno je većim dijelom prenamjenom postojećih kapaciteta uz potrebu za minimalnom nadogradnjom dodatnih 700 kreveta u segmentu 4* i 5* hotelskog smještaja
2. Intervencija u prostoru (obnavljanje fasada, krovova, urbani ambijent i estetika, kreiranje i uređenje gradskih zona, uređenje pristupnih cesta gradu, parkirnih mjesta, uređenje sjeverne luke, biciklističkih staza, uređenje plaža i šetnica, neprometne signalizacije)
3. Zračna povezanost
4. Podizanje kvalitete (image grada kao ekološka destinacija, unapređenje i bolje korištenje kulturnih i prirodnih resursa, podizanje kvalitete usluge policije i HMP)

Pozicioniranje po sezoni i ciljnoj skupini:

Ljeto: aktivni odmor za cijelu obitelj (obitelji s djecom, parovi)

Proljeće/jesen: Sport, rekreacija i zdravlje (individualci, parovi, starije obitelji bez djece, umirovljenici, profesionalni sportaši)

Zima: Wellness, kongresi i sport (MICE, umirovljenici, parovi, individualci)

Definirana emitivna tržišta:

Strateško: Njemačka

Ključna tržišta: Austrija, Italija, Nizozemska i Slovenija

Tržišta s potencijalom: Skandinavske zemlje, Rusija, UK

Uvođenje novih proizvoda (strateški proizvodi)

1. Golf turizam
2. Razvoj sportsko-rekreativnih sadržaja i ponude
3. Razvoj kongresnog - MICE turizma
4. Razvoj medicinskog turizma
5. Razvoj nautičkog turizma
6. Razvoj gastronomije kao novog USP-a destinacije

Dinamika realizacije proizvoda:

2010. - 2012. - Zdravstveni turizam (zdravstveni sadržaji), Wellness, sportski turizam, lokalne specifičnosti (kultura, povijest, tradicija), MICE

2013. - 2017. - Golf, MICE, nastavak razvoja sportske infrastrukture, zabava

2018. - 2020. - Zdravstveni turizam - zdravstveni centar, Centar izvrsnosti za mediteransku kuhinju

Uvođenje novih proizvoda određenom dinamikom, u 2020. godini trebalo je rezultirati ostvarenjem četiri milijuna turističkih noćenja uz prosječnu godišnju popunjenost od 55%, ukupnom turističkom potrošnjom od 3,3 milijarde kuna i 1.368 novozaposlenih.

Planiran iznos: 300.000 kuna

4. Ostalo

Ovom se stavkom obuhvaćaju troškovi postavljanja bine na Trgu Riviera koja će od lipnja do rujna biti na raspolaganju za održavanje manifestacija i koncerata.

Planirani iznos: 35.000 kuna

IX. TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE GRADU (30%)

Slijedom zakonski propisane obveze TZ-a o prosljeđivanju 30% prikupljenih sredstava boravišne pristojbe u proračun Grada, u 2020. godini taj bi iznos trebao iznositi **4.711.000 kuna**.

X. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE

Procjenom realizacije plana za 2019. godinu, predviđeno je ostvarenje **negativnog financijskog rezultata od 1.082.351 kuna**. Taj bi se iznos trebao pokriti budućim prihodima iz poslovanja u 2020. godini.

Prilozi (tabelarni prikazi):

- **Financijski plan Turističke zajednice grada Rovinja-Rovigno za 2020. godinu u usporedbi sa procjenom ostvarenja u 2019. godini**
- **Pregled participacije LTZ-ova u Marketing planu TZ Istre za 2020. godinu**

PRIJEDLOG PLANA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA ROVINJA-ROVIGNO ZA 2020. GODINU U USPOREDBI S PLANOM I PROCJENOM OSTVARENJA PLANA ZA 2019. GODINU						
RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019	REBALANS PLANA 2019	PROCJENA OSTVARENJA PLANA 2019	PLAN 2020	INDEKS 5/4
	1	2	3	4	5	6
1.	Prihodi od turističke pristojbe	16.000.000	16.250.000	15.350.000	15.705.000	102
2.	Prihodi od turističke članarine	1.950.000	2.100.000	2.100.000	2.300.000	110
3.	Ostali prihodi	540.000	580.000	450.000	450.000	100
4.	Preneseni prihodi iz prethodne godine	0	0	0	0	0
	SVEUKUPNO PRIHODI	18.490.000	18.930.000	17.900.000	18.455.000	103
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019	REBALANS PLANA 2019	PROCJENA OSTVARENJA PLANA 2019	PLAN 2020	INDEKS 5/4
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	2.010.000	2.160.000	2.112.000	2.120.000	100
1.	Rashodi za radnike	1.140.000	1.140.000	1.180.000	1.200.000	102
2.	Rashodi ureda	660.000	820.000	732.000	740.000	101
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	210.000	200.000	200.000	180.000	90
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	6.879.225	6.644.225	6.719.625	6.957.991	104
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	100.000	100.000	145.000	125.000	100
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku	100.000	100.000	145.000	125.000	100
2.	Manifestacije	5.896.500	5.576.500	5.899.900	6.034.330	102
2.1.	Kulturno-zabavne manifestacije	4.349.000	4.029.000	4.242.900	4.616.830	109
2.1.1.	Glazbeni poučak	20.000	20.000	20.000	20.000	100
2.1.2.	Uskrs	60.000	60.000	94.000	75.000	80
2.1.3.	Rovinj Photo days	500.000	500.000	500.000	500.000	100
2.1.4.	Croatian Summer Salsa festival/Summer Sensual days	140.000	140.000	140.000	140.000	100
2.1.5.	Rovinj Summer festival	450.000	450.000	450.000	737.500	164

2.1.6.	BaRoMus	55.000	55.000	55.000	70.000	127
2.1.7.	Ljetni kulturni program	30.000	30.000	30.000	30.000	100
2.1.8.	Rovinjski ljetni festival	80.000	80.000	80.000	85.000	106
2.1.9.	Festival Sete Sois Sete Luas	120.000	120.000	158.000	120.000	76
2.1.10.	Kale, pjacete i kantuni / Rovinj Art and more	300.000	150.000	112.000	100.000	89
2.1.11.	Grisia, Likovna kolonija	75.000	75.000	75.000	85.000	113
2.1.12.	Noć sv. Lovre	260.000	260.000	254.000	260.000	102
2.1.13.	Koncert na otoku sv. Andrija (Ronald Braus)	25.000	25.000	25.000	25.000	100
2.1.14.	Projekt Kuća o batani / Rovinjske ribarske večeri	30.000	30.000	30.000	40.000	133
2.1.15.	Rovinjska noć	900.000	800.000	833.000	850.000	102
2.1.16.	Kraljica Hrvatske	170.000	170.000	250.000	250.000	100
2.1.17.	Proslava dana Grada/ sv. Eufemije	30.000	30.000	30.000	30.000	100
2.1.18.	Festival argentinskog tanga	34.000	34.000	71.000	36.000	51
2.1.19.	Gastro event	100.000	100.000	111.000	223.330	201
2.1.20.	Božićna čarolija/Doček Nove godine/RMF	970.000	900.000	924.900	940.000	102
2.2.	Sportske manifestacije	1.226.000	1.226.000	1.240.000	1.003.500	81
2.2.1.	Manji sportski event	191.000	191.000	200.000	228.500	114
2.2.2.	Tenis turnir "Istarska riviera"	105.000	105.000	105.000	105.000	100
2.2.3.	Popolana	60.000	60.000	65.000	70.000	108
2.2.4.	NTL - rukometni kamp	90.000	90.000	90.000	90.000	100
2.2.5.	Super Istria Cup	0	0	0	75.000	0
2.2.6.	Regata Rovinj-Pesaro-Rovinj	0	0	0	0	0
2.2.7.	Regata tradicijskih plovila	30.000	30.000	30.000	35.000	117
2.2.8.	Regata RC 44/ R/N'B festival	750.000	750.000	750.000	400.000	53
2.3.	Ostale manifestacije	277.000	277.000	330.000	388.000	118

2.4.	Potpore manjim događanjima u organizaciji drugih subjekata	44.500	44.500	87.000	26.000	30
3.	Novi proizvodi	715.000	700.000	600.000	478.000	80
4.	Potpore i razvoj DMK / EU projekt Monfienzo	100.000	200.000	7.000	371.974	5,314
5.	PPS expirience	67.725	67.725	67.725	66.687	98
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	2.363.864	2.348.580	2.447.789	2.281.314	95
1.	Online komunikacije	387.725	387.725	407.725	406.687	100
1.1.	Internet oglašavanje	120.000	120.000	140.000	140.000	100
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama (MPI)	67.725	67.725	67.725	66.687	98
1.3.	Razvoj i održavanje vlastitih web stranica	200.000	200.000	200.000	200.000	100
2.	Offline komunikacije	1.976.139	1.960.855	2.040.064	1.874.627	94
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	678.973	678.973	681.200	766.891	113
2.2.	Opće samostalno oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	459.070	441.786	467.000	400.000	86
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali (MPI)	16.931	16.931	16.931	23.690	140
2.3.1.	Enjoy Istra	12.931	12.931	12.931	19.690	152
2.3.2.	Vacation Planer	4.000	4.000	4.000	4.000	100
2.4.	Brošure i ostali vlastiti tiskani materijali	295.000	317.000	326.925	334.000	102
2.4.1.	Image brošura Rovinja	50.000	50.000	0	50.000	0
2.4.2.	"Turistički vodič" - tiskano izdanje	50.000	102.000	118.000	80.000	68
2.4.3.	Brošura "Zlatni rt"	0	0	0	0	0
2.4.4.	Kalendar događanja	50.000	50.000	44.000	40.000	91
2.4.5.	Karte bike staza	30.000	30.000	17.725	19.000	107
2.4.6.	Kulturno-povijesni itinereri	40.000	0	53.200	0	0
2.4.7.	Ostali tiskani materijali	35.000	35.000	35.000	35.000	100
2.4.8.	Otkup monografije grada, Istre, Hrvatske	0	0	0	50.000	0
2.4.9.	Karta grada (2 varijante)	40.000	50.000	59.000	60.000	102

2.5.	Suveniri i promo materijali	30.000	30.000	16.000	10.000	63
2.6.	Info table/touch screen	3.676	3.676	3.188	50.000	1,568
2.7.	Smeđa signalizacija	0	0	0	0	0
2.8.	Odnosi s javnošću i prijem novinara (MPI)	67.725	67.725	67.725	66.687	98
2.9.	Odnosi s javnošću i prijem novinara	120.000	100.000	140.000	140.000	100
2.10.	Destinacijski razvojni projekti (MPI)/Bayern Munchen	304.764	304.764	321.095	83.359	26
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	20.000	0	0	0	0
1.	Sajmovi	0	0	0	0	0
2.	Studijska putovanja	0	0	0	0	0
3.	Posebne prezentacije	20.000	0	0	0	0
V.	INTERNI MARKETING	35.000	35.000	42.000	15.000	36
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	35.000	35.000	42.000	15.000	36
2.	Koordinacija subjekata - neposredno ili posredno uključeni u turistički promet	0	0	0	0	0
3.	Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)	0	0	0	0	0
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	108.227	103.227	150.250	189.344	160
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	63.364	63.364	95.000	150.000	158
2.	Istraživanje tržišta	0	0	0	0	0
3.	Formiranje baze podataka (MPI)	0	0	0	0	0
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	0	0	0	0	0
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu (MPI)	0	0	0	0	0
6.	Vlastita banka fotografija i priprema u izdavaštvu	5.000	0	0	0	0
7.	Jedinstveni turistički informacijski sustav	6.000	6.000	6.250	6.000	96
8.	BIS / novi krovni komunikacijski koncept (MPI)	33.863	33.863	49.000	33.344	68

VII.	POSEBNI PROGRAMI	24.000	24.000	24.000	24.000	80.000	333
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na području koja nisu turistički razvijena	24.000	24.000	24.000	24.000	30.000	125
2.	Podrška Strukovnoj školi Eugen Kumičić	0	0	0	0	50.000	0
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	1.252.000	1.391.000	1.537.719	900.000		59
1.	Hitna medicinska pomoć, spasioči	481.000	481.000	395.000	395.000		100
2.	Čuvari, vatrogasci	182.000	105.000	157.500	170.000		108
3.	Strategija razvoja turizma destinacije	0	0	0	300.000		0
4.	Uređenje TIC-a / pozornica Rivijera	589.000	805.000	985.219	35.000		4
IX.	TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE GRADU (30%)	4.800.000	4.875.000	4.600.000	4.711.000		102
	RASHODI	17.492.316	17.581.032	17.633.383	17.372.649		99
	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNIH GODINA	997.684	1.348.968	1.348.968	1.082.351		80
	SVEUKUPNI RASHODI	18.490.000	18.930.000	18.982.351	18.455.000		97
	POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	0	0	1.082.351	0		
	NOĆENJA	4.200.000	4.200.000	4.019.320	4.100.000		102

PREGLED PARTICIPACIJE LTZ-a U MARKETING PLANU TZ ISTRE													
NAZIV	PLAN 2020 UKUPNO	Umag	Brtonigla	Novigrad	Tar-Vabriga	Poreč	Funtana	Vrsar	Rovinj	Fažana	Pula	Medulin	Labin
PROGRAMI													
5 iskustva velikog utjecaja u PPS-u (ex. RAZVOJ PROIZVODA) - razvoj proizvoda i promocija (online i offline)	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
	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
	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
	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 KAMPANJAMA	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 HTZ, AVIO EXTRA, DESTINACIJA) financiranje avio prijevoza	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 Munchen	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 krovnji 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 strateških 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
POSEBNI PROGRAMI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OSTALO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
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

Rovinj, 18. prosinca 2019. godine

Predsjednik Turističke zajednice grada Rovinja-Rovigno

Dr. sc. Marko Paliaga



ROVINJ • ROVIGNO

Romanticini Mediteran Mediteranea Romantica

www.rovinj-tourism.com