

**IZVJEŠTAJ O IZVRŠENJU GODIŠNJEG PROGRAMA RADA ZA
2021. GODINU**

Pula, veljača 2022. godine

UVOD: Ostvarenje turističkog prometa u 2021. godini

U 2021. godini Pulu je posjetilo 304.702 turista koji su ostvarili 1.662.565 noćenja. Uspoređujući sa rezultatima 2020. godine (turista 161.106 i noćenja 942.158) ostvareno je 89% više dolazaka turista, i 76% više noćenja.

Prosječni dani boravka turista u 2021. godini smanjili su se u odnosu na 2020. godinu, ali u odnosu na prethodne godine su povećani što je i logično jer su se tijekom koronavirusa gosti zadržavali duže u jednoj destinaciji, manje su mijenjali gradove zbog veće mogućnosti prijenosa virusa. U tablici su prikazani prosječni dani boravka za protekle četiri godine.

Prosječni dani boravka	2018.	2019.	2020.	2021.
Domaćih gostiju	2,93	2,79	3,25	3,81
Stranih gostiju	5,24	5,13	6,26	5,72
UKUPNO	5,08	4,96	5,84	5,45

Prvih deset zemalja po broju ostvarenih noćenja ostvarile su sljedeće promjene: njemačko tržište je u rastu za 76%, Hrvatska ima rast od 55%, Austrija ima rast od 173%, Slovenija je u rastu 12%, Poljska je u rastu 55%, talijansko tržište je u rastu 62%, Češka je u rastu 51%, Srbija je u rastu 93%, Mađarska bilježi rast od 116% te rusko tržište je u rastu 471%.

U Istri je ukupno ostvareno 23.533.167 noćenja, pa ostvarena noćenja u Puli sudjeluju sa 6,51% udjela, dok su 2020. godine sudjelovala sa 6,33%.

Tijekom 2021. godine TZ Pula je zbog nepredvidive situacije sa koronavirusom imala 2 rebalansa Programa aktivnosti i financijskog plana, jedan u ožujku a jedan u prosincu, te je usporedba planiranog i ostvarenog rađena na temelju zadnjeg.

PRIHODI

OSTVARENI PRIHODI

1. Izvorni prihodi

Turistička zajednica planirala je izvorne prihode za 2021. u iznosu od 6.150.000,00 kn od čega je dio od 4.750.000,00 kn planiran od turističke pristojbe dok je dio od

1.400.000,00 kn planiran od članarine. Izvorni prihodi ostvareni su u iznosu od 6.342.159,24 kn što predstavlja povećanje za 3,12 % u odnosu na plan. Od ostvarenih 6.342.159,24 kn izvornih prihoda, 4.962.986,24 kn se odnosi na turističku pristojbu, a 1.379.173,00 kn na članarinu. Nadalje, od 4.962.986,24 kn prihoda od turističke pristojbe, 1.220.817,24 kn se odnosi na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu.

Realizacija:

6.342.159,24 kn

2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna

Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna ostvareni su u iznosu od 390.000,00 kn, a odnose se na namjenske prihode iz proračuna grada za realizaciju festivala Istrom smijeh (20.000 kn), ljetnih programa (270.000 kn) te dokumentarnog filma Pula redatelja Andrea Korovljeva (100.000 kn). Prihodi su ostvareni temeljem ugovora sa Gradom Pula.

Realizacija:

390.000,00 kn

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Od sustava turističkih zajednica TZ Pula je tijekom 2021. godine prihodovala 206.950,11 kn i to od Hrvatske turističke zajednice 178.334,82 kn iz Fonda za Udružene. Za troškove realizacije Zlatne penkale prihodovala je od TZ Vodnjana 297,54 kn, TZ Fažane 2.643,18 kn, TZ Ližnjana 1.410,04 kn, TZ Medulina 1.532,06 kn, TZ Istre 732,37 kn. Od TZ Istre prihodovala je 12.000 kn za najam prostora te 10.000 kn za sufinanciranje Pula Maratona.

Realizacija:

206.950,01 kn

4. Prihodi od EU fondova

Od Grada Pula za projekt Pulski fortifikacijsku sustav kao novi turistički proizvod primljeno je 170.000 kn iz ITU mehanizma za buduće aktivnosti na projektu.

Prihodi iz EU fonda za 2021. godinu za projekt Pulski fortifikacijski sustav kao novi turistički proizvod nisu planirani jer je Grad odlučio tek krajem 12. mjeseca prenijeti nam sredstva.

Realizacija:

170.000,00 kn

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prihodi od gospodarske djelatnosti nisu rebalansom planirani te se nisu ni ostvarili jer se nije tiskala brošura manifestacija u kojoj su se prodavali oglasi.

6. Preneseni prihod iz prethodne godine

Preneseni prihod iz prethodne godine iznosi 1.492.244 kn, koliko je i posljednjim Rebalansom bio planiran.

7. Ostali prihodi

Ostali prihodi ostvareni su ukupno 7.402,04 kn:

- donacija od Max city za Pula Maraton 3.000,00 kn,
- pasivna kamata 42,44 kn,
- refundacija djelatnika za trošak telefona 2.617,98 kn,
- povrat sredstava HZZO za djelatnicu na bolovanju 1.741,68 kn.

Realizacija:

7.402,04 kn

AKTIVNOSTI

1. ISTRARŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada Strateškog i operativnog plana klastera južne Istre

Potreba izrade projekta proizlazi iz:

- isteka prethodne Strategije klastera iz 2015. godine
- činjenice da je Ministarstvo turizma krenulo s ozbiljnijim planom implementacije mjera vezanih uz novi Zakon o Turističkim zajednicama na

snazi od ove godine, a ono što nas kao klaster Južne Istre posebno zanima su mjere potpore udruženim turističkim zajednicama

- činjenica da se istovremeno ulazi u novo financijsko razdoblje EU, pri čemu je novi moment i paket pomoći vezan uz COVID nedavno odobren u EU parlamentu.

S obzirom na gore navedeno izradio se je operativni dokument pod nazivom Strategija i operativni program rada TZ Južna Istra do 2027. godine u kojem:

- analitički se dio sveo na osnovnu analizu, pošto se nije bitno mijenjalo,
- strateški okvir (vizija, pozicioniranje, doživljaji) postavljen u prethodnom periodu se verificirao i prilagodio dijelove novim okolnostima,
- naglasak se stavio na plan razvoja proizvoda, iz kojih se onda povukao i plan ključnih projekata
- potom se sve provuklo u operativni/akcijski plan kako bi se znalo tko/što radi,
- razgovaralo se sa ključnim dionicima (gradovi i općine, turistička poduzeća...),
- vremenski okvir je planiran na 5 godina s time da se stavilo 5+2, čime se pokrilo 7 godina koje se poklapaju sa financijskim razdobljem EU.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj aktivnosti je dobiti Strateško operativni projekt koji će nam u klasteru južne Istre biti baza za planiranje svojih zajedničkih aktivnosti, ali i dokument kao baza za kandidiranje na razne javne pozive (HTZ, EU, Ministarstvo...)

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turističke zajednice klastera južne Istre i Hotelsko i destinacijsko savjetovanje d.o.o.

Realizacija

25.500 kn

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Aktivnost Istraživanje i analiza tržišta uslijed epidemije i nesigurnosti ishoda, ali i malog prometa gostiju u prvih 6. mjeseci nije se realizirala te se rebalansom nije niti planirala.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Za projekt Pulski fortifikacijski sustav kao novi turistički proizvod angažiralo se poduzeće za praćenje objava u medijima kako bi se mjerilo učinkovitost PR-a i promocije na domaćem tržištu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je dobiti materijal koji bi između ostaloga i bio potpora pri traženju donatora i sponzora, ali i pokazatelj kvalitete promocije te pomoć pri budućem odabiru iste. Troškovi obuhvaćaju financiranje poduzeća koje prati medije.

Nositelj aktivnosti:

TZ Pula

Realizacija:

10.000 kn

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

2.1.1. Klusterski projekti kandidirani na Fond za projekte udruženih TZ-a

U sklopu projekta Pet friendly klastera Južne istre koji je financiran iz Fonda za udružene samostalno smo financirali i table za pse, te njihovu montažu i postavljanje.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je informirati goste o plažama za pse i o pravilima na istima.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turističke zajednice klastera južne Istre

Realizacija:

50.112,50 kn

2.1.2. Pula gradski đir

Pulski gradski đir projekt je koji je organiziran u suradnji sa Udruženjem obrtnika i HGK Pula. Projekt potiče preko društvenih mreža Facebooka i Instagrama, pod nazivom „Pula gradski đir“, građane i goste na dolazak u centar grada na način da se objavljuju sve akcije, događanja i sl. Turistička zajednica je financirala održavanje društvenih mreža, te objave tjednih događanja, kao i pripremu grafika za objavljivanje na spomenutim društvenim mrežama. Sveukupno je na projekt utrošeno 25.182,50 kn prema sljedećim stavkama:

- usluga oglašavanja putem društvenih mreža 23.651,25 kn
- priprema za grafike za tjedna događanja za Pula gradski đir - za 2022. godinu 1.531,25 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Poduzetim aktivnostima, promoviranjem akcija i događanja, u ovom projektu promovirao se centar grada, odnosno trgovine u centru grada i njihove ponude. Uz pomoć društvenih mreža ukazalo se na organizirane trgovinske akcije i promovirale su se pojedinačne trgovine, ali i pulski obrti. Promoviranjem na društvenim mrežama, lokalno stanovništvo, ali i turisti imaju priliku saznati više informacija o ponudi u centru grada. Ovakav način promocije u korak je s trendovima s obzirom da su društvene mreže danas jedan od glavnih načina informiranja.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica grada Pula, Udruženje obrtnika Pula, HGK Pula

Realizacija:

25.182,50 kn

2.1.3. EU Projekt: Pulski fortifikacijski sustav kao novi turistički proizvod

Strateški projekt naziva „Pulski fortifikacijski sustav kao novi kulturno turistički proizvod“ kojega je nositelj Grad Pula, a partneri Povijesni i pomorski muzej Istre i Turistička zajednica grada Pule vrijedan je više od 23,2 milijuna kuna. Projekt se provodi kroz Operativni program Konkurentnost i kohezija u okviru Integriranih teritorijalnih ulaganja (ITU mehanizam) i planira se u cijelosti završiti do studenoga 2022. godine. Izgradnjom novog sanitarnog čvora, ugostiteljskog objekta te, osobito, realizacijom vertikalne povezanosti Kaštela sa obje razine tunelskih prostora ispod Kaštela uvelike će se podignuti i razina usluge posjetiteljima. Tim će se poduhvatom od ova dva, trenutno odvojena punkta, stvoriti prostor jedinstvene kulturne destinacije.

Osim kroz infrastrukturne radove na obnovi objekata, Povijesni i pomorski muzej Istre – Museo storico e navale dell'Istria sudjeluje u sklopu ITU Mehanizma i produkcijskom realizacijom velike i značajne izložbe o pulskim fortifikacijama, koja će obuhvatiti izložbene prostore Muzeja na Kaštelu, kao i tunelske prostore na obje razine.

TZ Pula je u ovom projektu preuzela kreiranje vizualnog identiteta, web stranice i roll up-ova što je odrađeno u 2020. godini. U 2021. godini izrađeni su suveniri (majice muške i ženske - 300 kom, šalice - 300 kom, magneti - 500 kom, kemijske 500 kom, blokovi - 300 kom i torbe sa logom projekta i elementima vidljivosti - 300 kom) kako bi projekt bio prepoznatljiviji javnosti, izrađen je promotivni letak povezanosti Zerostrasse liftom sa posjetiteljskim centrom Kaštel (25.500 kom), organizirane su i praćene promotivne aktivnosti i PR projekta, provodila se promocija putem društvenih mreža i interneta. Početkom studenog održana je konferencija za medije kako bi se javnosti predstavilo aktivnosti i nove promotivne

materijale. Krajem studenog u Povijesnom i pomorskom muzeju Istre odrađena je edukacija za turističke vodiče (njih 20) koji su izravni promotori pulskog turizma i turističke ponude. Vodiče se upoznalo sa novim turističkim proizvodom.

Za realizaciju projekta utrošeno je ukupno 138.627,75 kn:

- prijevod tekstova za web stranice - 2.605,87 kn
- otkup knjiga Tvrđave Pule - 5.000,00 kn
- izrada suvenira za promociju projekta – 49.625,00 kn
- izrada letka povezanosti Zerostrasse liftom sa posjetiteljskim centrom Kaštel – 14.821,88 kn
- promocija projekta na internetu i društvenim mrežama, organizacija i praćenje promotivnih aktivnosti i PR projekta – 80.125,00 kn
- organizacija edukacije za vodiče (lcd projektor i catering) – 4.700,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj projekta je valorizirati bogatu povijest pulskog fortifikacijskog sustava uz stvaranje nove turističke ponude koja predstavlja sinergiju između nasljeđa vojne baštine i suvremene kulture življenja.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Pula, Grad Pula i Povijesni i pomorski muzej Istre

Realizacija:

156.877,75 kn

2.1.4. EU Projekt: Konzervacija i rekonstrukcija Malog rimskog kazališta – Pula

S obzirom da projekt konzervacije i rekonstrukcije kasni sa realizacijom te je planiran završetak u 2022. godini, sve aktivnosti su prebačene u 2022. godinu te nisu planirane u rebalansu.

2.1.5. Gladijatorska škola

Projekt „Gladijatorska škola u Puli“ realiziran je u 2013. godini osnivanjem škole gladijatora „Spectacula Gladiatoria“ kako bi se osposobljavali novi gladijatori koji bi sudjelovali u vrlo uspješnom programu u Areni „Spectacula Antiqua“. Navedena sredstva dodijelila su im se za cjelogodišnje funkcioniranje tj. treniranje te za nadopunu i popravke opreme.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj financiranja škole je ostvaren jer se održao program Spectacula Antiqua i ovog ljeta sa dostatnim brojem gladijatora, te time se obogatio doživljaj gostiju koji su do sada time bili vrlo zadovoljni, a i koji su imali ovog ljeta manje manifestacija zbog epidemije.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Pula, Arheološki muzej Istre i Spectacula Gladiatoria

Realizacija

10.000 kn

2.1.6. Svjetleći divovi - dizalice

Realizacijom projekta Svjetlećih divova Pula je dobila svakodnevnu atrakciju koja je programirana sa raznim svjetlosnim programima.

Sveukupno je na projekt utrošeno 240.439,50 kn prema sljedećim stavkama:

- korištenje dizalica, napajanje električnom energijom, usluge održavanja napajanja do ormarića na dizalicama od strane Uljanika 165.000,00 kn
- zamjena antena 56.798,00 kn
- hitne intervencije 6.250,00 kn
- programiranje i promocija 12.391,50 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je ostvaren jer je Pula nudila svakodnevno noćnu atrakciju gostima na koju su se i građani navikli i po kojoj je Pula postala poznata.

Nositelj aktivnosti

TZ Pula

Realizacija

240.439,50 kn

2.1.7. Verudela Art Park

Turistička zajednica Grada Pule i Grad Pula u cilju oplemenjivanja i obogaćivanja turističke ponude grada Pule trajnim vrijednostima iz domene suvremene likovne umjetnosti nastavili su s održavanjem tj. reguliranjem navodnjavanja i saniranjem dijela terena kod skulpture „Riba“ kako bi se preusmjerilo sakupljanje vode i popravkom instalacije. Također se financirala potrošnja vode i struje. Ukupno je utrošeno 78.341,51 kn prema sljedećim stavkama:

- Električna energija 8.877,36 kn
- Voda 56.762,65 kn
- Saniranje platoa, popravak instalacije skulpture „Riba“ 12.701,50 kn

Partner projekta je Arena Hospitality Grupa koja park hortikulturno održava te uz postavljeni sustav navodnjavanja park djeluje atraktivan i zelen tijekom cijele godine.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Verudela Art Park na površini od 5.500 m² predstavlja atrakciju koja je zanimljiva svim uzrastima za igru, šetnju, odmor te ljubiteljima umjetnosti za uživanje u raznolikosti skulptura. Park danas djeluje atraktivno i pristupačno svim uzrastima kao i osobama smanjene pokretljivosti te će se u budućnosti i dalje ulagati u nove sadržaje.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica grada Pula i Arena Hospitality Grupa

Realizacija:

78.341,51 Kn

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda*2.2.1. Pula – grad prijatelj životinja*

U sklopu projekta Pet friendly klastera južna Istra samostalno smo financirali još 300 brendiranih zdjelica kako bismo ih mogli podjeliti i ostalim smještajnim objektima uz iznajmljivače koji su dobili iz projekta.

Ukupan trošak je 15.000 kn i namjenjen je za gravirane zdjelice.

Nositelj aktivnosti

TZ Istra

Realizacija

15.000 kn

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja*2.3.1. Visualia*

Visualia festival organizirao se u smanjenom obimu u sklopu Pula maratona. Duž trkačke trase koja je išla i centrom grada postavljene su instalacije u kojima su uživali i trkači i posjetitelji duž trase. Ukupno je postavljeno 10 instalacija (2d mappinzi, svjetleći tunel, svjetleće instalacije i sl.). Kod pulskog Amfiteatra gdje je bila i start/finish zona bili su svjetlosni stupovi od lycra visoki 3 metra koji su trasu dijelili na dva dijela i projekcija trkača na istoimenom poznatom pulskom hotelu. Srce grada, trg Forum, dobio je novo ruho u bojama Pule s imponzantnom instalacijom od lycra visine 8 metara kroz koju su trkači prolazili.

Uz ove dvije navedene lokacije, na još čak njih sedam bile su postavljene svjetlosne instalacije različitih sadržaja kao npr. video projekcija dimenzije 3x10 m

na zgradi pulske Brionke, 17 svjetlosnih objekata na Rivi duljine 120m te 700 metara trase na zaobilaznici uveličane bogatim light showom.

Također, za svaki kilometar trke postavljeni su svjetlosni objekti koji su označavali prijeđenu kilometražu.

Sve animacije potpisuje priznati pulsku umjetnik Undertoon.

Za realizaciju projekta utrošeno je ukupno 212.500 kn:

- najam svjetlosnih instalacija i električni priključak - 131.250,00 kn
- najam rasvjetne opreme - 81.250 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj festivala je nastaviti brendirati Pulu kao grad svijetla i festivalu povećavati prepoznatljivost na bližim tržištima kako bi postao razlog dolaska u Pulu i time privući veći broj gostiju. Ove godine je postignut cilj brendiranja Pule kao svjetlosnog grada s ciljem da se ipak održi taj svjetlosni brend i brend Visualia dok ne prođe epidemija.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Pula i Udruga Sonitus

Realizacija:

212.500 kn

2.3.2. „20. Dani antike - Pula Superiorum 2021“

Dani antike nisu se realizirali jer nije dozvoljavala epidemiološka situacija pošto se moralo održavati u 5. i 6. mjesecu kada nije bilo dozvoljeno. Navedeno nije planirano rebalansom.

2.3.3. Pula pleše

Pula pleše projekt se nije mogao realizirati iz razloga što plesne udruge i klubovi nisu mogli vježbati zbog epidemiološke zabrane. Navedeno se nije planiralo rebalansom.

2.3.4. Koncerti i zabava po ulicama i trgovima

Turistička zajednica Pula uz potporu Grada Pule organizirala je u 2021. godini od sredine lipnja do početka listopada razne koncerte na gradskim trgovima: Tržnica - kod fontane, Portarata, Forum, Trg Sv. Tome, Danteov trg i Prolazu Sv. Teodora, kako bi se svim gostima kroz više koncerata tjedno priuštila zabava u centru grada. Uz lokacije u samom centru grada ljetne priredbe tijekom srpnja i kolovoza organizirale su se za goste unutar turističkog naselja Park Plaza Verudela.

Zbog pandemije korona virusa organizacija koncerata bila je provođena uz stalni nadzor organizatora i poštivanje svih epidemioloških mjera propisane od strane HZJZ.

Na navedenim lokacijama bilo je izvedeno ukupno 91 koncert različitih izvođača i 18 uličnih animacija gladijatora "Spectacvla Gladiatoria" Pula (11 u centru grada i 7 na Verudeli). Na realizaciju projekta ljetnih koncerata i zabave utrošeno je ukupno 303.201,08 kn, prema sljedećoj strukturi:

- Glazbeni i plesni nastupi – 269.543,59 kn
- Ulična animacija gladijatora – 17.306,58 kn
- ZAMP – 12.484,66 kn
- Logistika – 3.866,25 kn

Grad Pula sudjelovao je sa 174.000,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj nam je bio da se uz naše programe u centru gradu gotovo svakodnevno odvija zabavni program koji će biti interesantan gostima i na taj način ih privući u grad i pružiti im poseban doživljaj.

U programu koncerata sudjelovalo je 18 različitih grupa izvođača koji su izvodili promenade i animacijske koncerte od jazza, etno folk i world music, evergrina, klasične, rock i pop glazbe do salsa party-ija i break dance večeri.

Organizacijom ljetnih priredbi obogatila se zabava u centru grada i time doprinijelo živoj i veseloj turističkoj atmosferi, te pozitivnim dojmovima gostiju.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica grada Pula i Grad Pula

Realizacija:

303.201,08 kn

2.3.5. Manifestacije na usponu De Ville

Manifestacije na usponu De Ville se nisu održale radi epidemioloških uvjeta što je bilo i planirano rebalansom.

2.3.6. Blooms day

Blooms day Croatia, Pula dugi niz godina organiziraju obilježavanja stvaranja Jamece Joyca na dan djela Blooms day 16.6. kada se obilježava i u cijelom svijetu, ali u 2021. se nije održalo radi epidemioloških uvjeta, te i nije bilo planirano rebalansom.

2.3.7. Pulski karneval

Pulski karneval se nije održao radi epidemioloških uvjeta što i nije planirano rebalansom.

2.3.8. Advent

Pula film festival kao nositelj zajedno sa Gradom Pula i Turističkom zajednicom Pule realizirao je Advent 2021. godine. Cijeli projekt je vodio Pula film festival te se po cijelom gradu postavila novogodišnja rasvjeta, kućice koje su nudile hranu i piće, klizalište, i u parku grada Graza kutak za djecu. Također nije bilo većih koncerata već samo promenadna glazba zbog epidemioloških uvjeta. Ukupan iznos od 150.000 kn prosljeđen je Pula film festivalu koji je cijeli program organizirao. Navedeni iznos je prvotno planiran manji jer se nije znalo kakva će biti situacija sa epidemijom.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj manifestacije je ostvaren jer je grad živnuo i privukao mnoge građane, ali i domaće i strane goste. Od 28.11. do 9.1. grad je svakodnevno, a naročito vikendom posjećivao velik broj gostiju.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Pula Film Festival, TZ Pula, Grad Pula

Realizacija

150.000 kn

2.3.9. Pula Marathon supported by Visualia

Turistička zajednica Grada Pule uz AK Maraton 2000 bila je glavni nositelj projekta 3. Pula Marathon supported by Visualia, sportsko-rekreativne atletska utrke koja se organizirala uz pokroviteljstvo Grada Pule, Arena Hospitality Grupe i u suradnji s ISTRun.

Sve utrke održale su se subotu 17. rujna 2021. sa startom prve utrke polu maratona u 20.00 sati (21km powered by Hidra ISO), druge utrke na 5 km sa startom u 20.05 sati (5km powered by Grawe) i zadnje utrke na 10 km sa startom u 20.20 sati (10k Pulska X-ica). Startna ravnina bila je ispred Arene dok je cilj bio organiziran unutar Arene. Utrke su bile natjecateljsko–rekreativnog karaktera otvorene za profesionalne i rekreativne trkače s time da su sva pravila utrke bila usklađena s pravilima Svjetske atletske federacije i Hrvatskog atletske saveza. Podjela startnih brojeva i paketa sponzora bila je organizirana na Trgu Portarata 17. rujna u vremenu od 10.00 – 19.00 sati. Tijekom podjele brojeva na Trgu Portarata publiku je zabavljao glazbeni bend „Musicity“ dok je u večernjim satima na Trgu Forum svirao Devin Juraj .

Zbog epidemioloških mjera na svim utrkama bilo je prijavljeno maksimalno 500 učesnika sukladno odluci Stožera civilne zaštite IŽ .

Trase utrka bile su obogaćene vizualnim efektima udruge Udruga Sonitus, kreatora Visualia Festivala koja je omogućila da svi trkači uživaju u svjetlosnim efektima tijekom trčanja gradom. Na trasi je bilo postavljeno 10-tak svjetlosnih instalacija koje su trkačima pružile jedinstven doživljaj trčanja kroz Pulu upotpunjen noćnim vizurama grada. Po završetku utrka dodjela medalja bila je upriličena ispred Arene s početkom u 22.00 sata. Za realizaciju manifestacije 3. Pula Marathon supported by Visualia Turistička zajednica Grada Pule je utrošila 61.292,79 kuna prema sljedećoj strukturi:

- Medalje - 18.190,30 kn;
- Tehnička organizacija utrke (transene, redari, mjerenje trčanja, MUP, Prva pomoć, Sanitarni čvorovi, pomoćno osoblje) - 23.682,49 kn;

- Oglašavanje i promo materijali - 16.920,00 kn;
- Glazbena animacija 2.500,00 kuna.

Dio sredstava pokrio se putem sponzora Max City u iznosu od 3.000 kn.

Partneri projekta AK Maraton 2000 i ISTRun su se pobrinuli za organizaciju i sigurnost trase, starta i cilja, startne pakete i informiranje trkača na samom startu, te podjele medalja. Arena Hospitality group osigurala je razglas na startu i određenim punktovima unutar trase dok je Grad Pula i gradska poduzeća osigurala čišćenje trase i Arene.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Zbog globalne pandemije uzrokovane korona virusom odnosno strogih propisanih mjera organizacije Pula Marathon supported by Visualia, manifestacija je bila nešto skromnija u odnosu na prvu godinu. Cilj manifestacije je postignut a to je održan kontinuitet održavanja i u 2021. godini, promocija Pula i Istre kao destinacije za rekreativni turizam, ali i da se educiraju građani o pozitivnim učincima zdravog načina života, te da ih se motivira na bavljenje sportom.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Pule, Grad Pula, Arena Hospitality Grupa, AK Maraton 2000 i ISTRun

Realizacija :

61.292,79 kn

2.3.10. Dođi u grad

Turistička zajednica grada Pule u suradnji sa Gradom Pula, javnom ustanovom Pula Film Festival i Istarskim narodnim kazalištem od 9.10 – 19.11.2021. organizirala je manifestaciju Dođi u grad! – Vieni in città . Manifestacija se organizirala na više lokacija u samom centru grada i to četvrtkom, petkom i subotom.

Turistička zajednica grada Pule bila je operativno zadužena za organizaciju događanja koji se organizirao četvrtkom u Kandlerovoj ulici pod nazivom „Vino i galerije“ u sklopu kojeg su se predstavljali vinari sa područja južne Istre, gastro događanja na Forumu pod nazivom „Nešto fino“ u sklopu kojeg su se predstavljali ugostitelji iz Pule i Martinja.

- Dođi u grad – Vino i galerije

U sklopu događanja „Vino i galerije“ koji se organizirao svakog četvrtka ukupno četiri dana predstavilo se sedam vinara: Teraboto, Kalavojna, Benazić, Diković, Dobran, Marčeta i Medea. Vinari su bili pozicionirani na štandovima ispred galerija Makina, ULIKS, Gradske galerija Motika, Art studia i Atelje Legović u radnom vremenu od 17.00 – 20.00 sati. S obzirom da se događanje održavalo u večernjim satima, Kandlerova ulica i štandovi na kojim su se prezentirali vinari bili su osvijetljeni posebnom rasvjetom kako bi lokacija djelovala atraktivno.

Vinari su tijekom prezentacija nudili degustaciju vina po promotivnim cijenama.

- Dođi u grad – Nešto fino

U sklopu gastro prezentacija pod nazivom „Nešto fino“ koja se organizirala subotom na trgu Forum ukupno pet dana eventa predstavilo se 11 ugostitelja (Old city Bar, Hook & Cook, The Shipyard Pub, Agrippina Street Food, Piantina Fine Fast Food Pizzeria Jupiter, Valli Fine bistro, NOY asian cuisine & bar, Trattoria Vodnjanka, Društveno poduzeće Punkt i Restoran Amfiteatar). Ugostitelji su se predstavljali u vremenu od 17.00 – 20.00 sati te su nudili hranu po promotivnim cijenama. Za potrebe pripreme i serviranja hrane bio je montiran gazebo šator sa pripadajućom ugostiteljskom opremom. Gastro prezentacija bila je praćena direktnim javljanjem i predstavljanjem ugostitelja putem radio Maestrala koji su se ujedno pobrinuli za muzičku animaciju na Forumu.

- Dođi u grad – Martinje

Manifestacija „Martinje“ održana je u sklopu projekta Dođi u grad, 11. i 12. studenog, na trgu Forum. Svoje proizvode, vina i jela, predstavljali su sljedeći vinari i obrti: Medea vina, Vina Benazić, Diković winery, Kalavojna d.o.o., Vina Marčeta, Teraboto, Vina Dobran, Šegota, Lokalitet Pula te Nadine fritule. Zbog epidemioloških mjera vezano uz Covid 19, prostor i kućice iz kojih su se nudila jela i pića bili su ograđeni te zbog ograničenog broja posjetitelja angažirani su bili redari.

Projekt Dođi u grad, kao i događanja koja su se odvijala u sklopu projekta uz poštivanje svih epidemioloških mjera, promovirali smo na službenim društvenim mrežama Turističke zajednice, Facebooku i Instagramu, na području Istre i Rijeke. Uz navedena događanja TZ Pula bila je angažirala i DJ glazbenike koji su puštali muziku na Giardinima i Danteovom trgu.

Za realizaciju projekta ukupno je utrošeno 193.460,46 Kn prema slijedećoj strukturi:

- Oprema za organizaciju eventa (sredstva za čišćenje, plin, potrošni materijal, PVC stalci, natpisi, čaše, oprema za kuhanje, letci, vino) - 21.733,36 Kn;
- Usluga transporta i montaže štandova, elektroinstalacije, montaža gazebo i drvenih kućica - 67.450,00 Kn;
- Glazba (DJ-ji) – 25.506,00 Kn;
- Pomoćni radnik i osiguranje – 11.378,47 Kn;
- Osvjetljenje, audio oprema i tehnika – 66.900,00 Kn;
- Promocija društvene mreže – 492,63 Kn;

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj manifestacije bio je da se u pod sezoni kada nema previše zbivanja oživi grad raznim sadržajima namijenjenim za široku publiku odnosno da se potaknu ljudi da slobodno vrijeme provedu u centar grada te se zabave u sklopu raznih događanja koji su se organizirali poput: koncerta, izložbi, plesnih izvedbi, sportska predstavljanja, stand-upova, predstava za djecu, radionica, projekcije filmova, predstavljanje udruga, umjetničke radionice, raznovrsnih panela i gastro prezentacija.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica grada Pule, Grad Pula, Javna ustanova Pula Film Festival i INK.

Realizacija:

193.460,63 Kn

2.3.11. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata

Realizacija sredstava za potpore manifestacijama iznose 767.542,44 kn te su raspodjeljena prema tabeli:

Organizator	Naziv događaja	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja	Sponzorstvo 2021.
Agroudruge Maslina Pula	Smotra ekstra djevičanskog maslinovog ulja	Eko tržnica Pula	8.5.	3.000
Balduči film	Prijava filma na 10. Zagreb Tourfilm - međunarodni festival turističkog filma	Zagreb	7.-9.10.	1.500
BB obrt	snimanje koncerta Transhistria reconstructed Tamare Obrovac	Kaštel	05.09.	15.000
Castropola d.o.o.	26. Sa(n)jam knjige	prostor bivše Arena trikotaže i Shipyard puba	4.-13.6.	10.000
Devčić Mario	Bijenale u Firenzi	Firenza	18.-27.10.	4.011
Društvo Smareglia	Antonio Smareglia u Metropolitanu	Galerija Vincent od Kastva, INK	05.05.-30.07.	3.000
DSR Uljanik Pula	39. utrka Dan Uljanika	Pula	5.12.	3.000
Elegović Mila	Jednog ljeta u Puli	Forum	21.06.	5.000
Glazbena škola Ivana Matetića Ronjgova Pula	Glazba na igralištu	Školsko igralište "žute škole"	9., 16. i 23.12. 2020, 27.1., 10.2., 24.2., 17.3. 2021. od 16.00 - 19.00 h	5.000
	PrimaveranDO	Razne lokacije po gradu	kraj ožujka, travanj, svibanj, lipanj 2021	5.000
Grad Pula	najam video opreme za proslavu godišnjice smrti Mate Parlova	Portarata	29.07.	5.000
	povrat više uplaćenih sredstava za Ljetne programe			70.000

Organizator	Naziv događaja	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja	Sponzorstvo 2021.
HDLU Istre	Izložba članova	HDLU	prosinac 2021. - siječanj 2022.	5.000
HNK Ivana pl.Zajca	Festival Ljetna klasika	Arena	7.7., 9.7. 12.7. i 26.7.2021	50.000
Hrvatski savez Tajlandskog boksa	20. Prvenstvo Hrvatske u Tajlandskom boksu	Arena	22.5.	5.000
Hrvatsko društvo glazbenih umjetnika - ogranak Pula	Godišnji i Božićni koncert HDGU - ogranak Pula	Crkva sv. Franje, Pula i Circolo	30.06. i 19.12.	3.000
Inner Wheel Club Pula	21. dobrotvorni koncert	Zajednica Talijana	2.6.	2.000
Istarska glazbena scena mladih	Poluotok radosti- 11.festival komorne glazbe	Amfiteatar, lapidarij Arheološkog muzeja, Sveta srca	kolovoz	8.000
Javna ustanova Nacionalni park Brijuni	Brijunski sportski vikend	Veliki Brijun	rujan ili listopad	10.000
Javna ustanova Pula Film Festival	Circolo Classic	Zajednica talijana Circolo	1.8.-31.8.	15.000
	68. Pulski filmski festival	Pula	17.07. -25.07. 2021	60.000
JK DELFIN	Sportsko - rekreativna regata Arena Kup 2020	Pulska luka	30.10.2021.	2.000
	Argonaut kup	pulska luka	29.-31.10.	2.000
JK Uljanik i Yacht club Adriaco i AHG	MAXI ON regata - smještaj	Pula	06.08.	11.588
JK VEGA	30. Međunarodna jedriličarska regata Sveti Nikola	Pula Valsaline	2.12. - 5.12. 2021	5.000

Organizator	Naziv događaja	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja	Sponzorstvo 2021.
Kazalište Ulysses	Brijunsko ljeto 2021	NP Brijuni	1.7. - 30.8. 2021	20.000
Kinematograf d.o.o.	realizacija dugometražnog filma Pula redatelja A. Korovljeva	Pula	jesen	100.000
Klub žena liječenih od karcinoma dojke GEA-Pula	Humanitarna akcija Dan narcisa 2021. godine	tržnica	20.03.	3.000
	Humanitarna utrka "Pregledom do osmijeha 2021"	Pula, centar grada	listopad	2.000
KUD M.Brajša Rašan	18. Dani vokalne glazbe - Brajši u spomen	INK, Gradsko kazalište, Pula	30.10. 2021.	3.000
KUD-SAC "Lino Mariani"	10 godina smrti Maestro Nello Milotti	INK Pula, Zajednica talijana Circolo	10.3.2021	4.000
	Proletni koncert na tržnici	Gradska tržnica	24.4.2021	3.000
	Koncert za 166-tu obljetnicu rođenja skladatelja A. Smareglia	Forum i Circolo	05.05.	3.000
Matematičko društvo Istra	15. Festival matematike	online Pula	svibanj	3.000
	12. Stručno metodički skup učitelja i nastavnika matematike RH	Hotel Park Plaza Histria	11.-13.11.	3.000
MNK "Park Avenija 69"	Turniri u nogometu "Euro-sportring 2021"	Pula	01.-04.04. i 04.-06.06.	8.000
Moto klub Vespa klub Istra	Izložba vespi 1951-2008 u salonu ZTK Pula 15.7. - 14.8.2021.	Pula	15.7. - 14.8.2021.	2.000
MSUI	Izložba Lare Ritoša	MSUI	prosinac	2.000

Organizator	Naziv događaja	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja	Sponzorstvo 2021.
Nacionalna zajednica bošnjaka Istre	Festival bošnjačke kulture u Istri	Pula Forum ili Portarata, Raša, Sv. Nedelja, Rovinj i Poreč	26.06. Pula	3.000
Nataša Dragun	Koncert Flausta, sax& prijatelji 2021. (24.u nizu)	DHB	7.11.2021.	2.000
NK Banjole	Banjole KUP turnir	Banjole	10.-13.6.	1.000
Oldtimer klub "Histrina" Pula	16. Histrina oldtimer rally	Južna Istra	27.6.2021	2.000
Plesni Centar Studio Pula	17. "Salsa Latina Istriana"	Dom hrvatskih branitelja	02.-05.04.	8.000
Puhački orkestar grada Pule	Matineje na tržnici - Promenadni koncerti Puhačkog orkestra grada Pule i Big Banda Pula (2 koncerta)	Tržnica, Portarata	9.10. i 16.10. 2021.	8.000
Rock caffe	Ljeto na Kaštelu	Povijesni i pomorski muzej Istre	01.06.-01.10.	12.000
Sabmarine	Drive in kultura	Parkiralište Karlo Rojc	9. - 10.7.2021.	10.000
SAKUD Pula i Savez folklornih društava Istarske županije - Regione Istriana	27. PUF - Međunarodni kazališni festival	INK - mala scena, DC Rojc, Forum i ostali trgovi i ulice	1.7.-5.7. 2021.	10.000
	Na ulicama i trgovima 2021	Forum, Portarata, Ulica Sergijevaca	17.06. - 31.8. 2020	12.000
Samanta Stell	Koncert povodom Sv. Cecilije 22.11.2021.	crkva sv.Franje	22.11.2021.	5.000
Seasplash udruga	Klub Kotač / Muzikament	DC Rojc, Klub Kotač	13.05. - 24.09.2021.	5.000
SEPE obrt za najam sportske opreme	Verudela Adventure race - VAR	Verudela	18.-19.6.	5.000

Organizator	Naziv događaja	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja	Sponzorstvo 2021.
Sportski bridž klub Dr.Jurica Tomljenović	60. Međunarodni Pula bridž festival 2021.	Pula	03.09.-15.09.	15.000
Srpski kulturni centar u Istri	13. Festival srpske kulture	Grad Pula	22.-25.4.	3.000
Stehlik dizajn	Stehlik fashion show	Kaštel	13.08.	5.000
Stolnoteniski klub Pula	Memorijalna utrka Dina Pervan Rabelo	Hidrobaza	21.11.	700
Studio glazbene kreativnosti Čarobna frula	Rock Camp Pula - koncerti i radionice	radionice u Circolo, a koncerti na raznim lokacijama	5.-14.8.	7.000
Studio Zaro	6.ZaroFest na Bunarini	Bunarina	26.6.	3.000
Sveučilište Jurja Dobrile	Marija Kuhar Šoša-koncert	crkva sv.Franje	4.7.	5.000
Škola za turizam, ugostiteljstvo i trgovinu	Gastro 2021. natjecanje ugostiteljskih i turističkih škola		veljača/ožujak	5.000
T.A.G. Travel d.o.o. Pula	Global Challenge 2021	Dom sportova Mate Parlov, Hotel Pula, Forum	12.-17.07.	10.000
TZ Pula	Advent u Puli - postavljanje štanda ispred Katedrale	Trg. Sv.Tome	prosinac	625
TZ Pula	Projekt Zmajevi	Hidrobaza	25.09.	625
Udruga "Akademija zdravog življenja"	Snaga djece u pokretu - nogomet u Puli	stadion Aldo Drosina	01.-03.04.	10.000
	Tradicijske sportske igre za djecu sa teškoćama u razvoju	IŽ, Pula, Savičenta	23.-24.09.	5.000
Udruga Ars Musica	Ljetna orguljaška akademija	Pula	23.-29.8.2021.	3.000

Organizator	Naziv događaja	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja	Sponzorstvo 2021.
Udruga Biseri Hrvatske	Brijuni half marathon	Brijuni	25.-26.9.	3.000
Udruga Livingstone	Prijatelji mora: Geometrije, izložba	9 destinacija Sj.Jadrana	7.5.-14.5..	8.000
Udruga Kulturna inicijativa	Međunarodni dan Jazza	Dom hrvatskih branitelja	30.04. 2021.	5.000
	6. Međunarodni Pula Jazz Festival	Portarata, Verudela - Circolo, Galerija Sv. Srca, Kaštel, Verudela - Dom Hrvatskih Branitelja, The Shipyard pub, Forum	9.8. - 15.8.2021.	14.985
Udruga Monteparadiso	29.Monteparadiso Festival	DC Rojc	06.08. -07.08.	3.000
Udruga Sa(n)jam knjige u Istri	27.Sa(n)jam knjige u Istri	Galerije Sveta srca, Makina, Pula, C8, INK, Kino Valli	02.-12.12.	25.000
Udruga Syntheses	17.međunarodni festival urbane, nezavisne i alternativne glazbe "" Viva la Pola	Pula, otvoreni dio kompleksa kluba Uljanik	srpanj ili kolovoz (ovisno o mogućnostima dolaska nositelja festivala)	4.000
Udruga UNUO	1.nacionalno gastro natjecanje za osobe s invaliditetom Amorova žlica	Franjevački samostan	18.-20.9.	4.240
Udruga violinista	Ljetni Koncerti klasične glazbe	crkva sv.Franje	15.7.2021. i 3.8.2021.	7.000
Umjetnička organizacija Transhistria ensemble	Transhistria original - koncert	INK	14.02.	5.000

Organizator	Naziv događaja	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja	Sponzorstvo 2021.
Večernji list i Glas Istre	oglas za manifestacije 2022.			6.269
Veslački klub Istra	donacija za kombi za prijevoz veslača	Pula	2021.	2.000
Udruga Livingstone	Prijatelji mora: Geometrije, izložba	9 destinacija Sj.Jadrana	7.5.-14.5..	8.000
Vinart d.o.o. usluge	Festival Vinski grad	Titov park	15.7.-1.8.	30.000
Vinistra-udruga vinogradara i vinara Istre	Vinistra - međunarodna izložba vina i vinarske opreme	Poreč	7.-9.5.	3.000
Virido s.a. d.o.o.	3. Istrom smijeh	Povijesni i pomorski muzej Istre - Kaštel	16.06.-19.08.	25.000
Županijski oldtimer savez Istre	Izložba starodobnika na Forum-u u Puli, povodom sjedinjenja s matičnom zemljom	Pula	18.09.	2.000
UKUPNO				767.542

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj sufinanciranja programa je dovođenje gostiju ili pružanje dodatnih doživljaja onima koji borave u destinaciji, uz podršku ostalih programa koji dovode goste (sport, kongresi...) što je i ostvareno s obzirom na veliku posjećenost programa što se vidjelo kroz izvještaje, medije i posjetu djelatnika.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Pula, razni organizatori

Realizacija:

767.542,44 kn

2.3.12. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata oko Nove godine

Realizirana sredstva za potpore manifestacijama iznose 46.970,85kn. U tablici je raspored istih.

Organizator	Naziv događaja	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja programa	Sponzorstvo 2021. u kn
Pula film festival	DJ-evi	centar grada	Prosinac	10.000
INK	koncert Simfonijskog orkestra	INK	23.12.	5.000
Bruno Krajcar	Advent u Katedrali - koncert Bruno Krajcar, Marko Kutlić i Nela	Katedrala	10.12.	10.000
KUD Uljanik	koncert - plakatiranje	INK	18.12.	300
Seasplash udruga	Seasplash platforma #11	Pula	Prosinac	16.671
Sponza Daniel	4 tenora u INK-humanitarni koncert	INK	22.12.	5.000
Ukupno				46.971

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj sufinanciranja programa je dovođenje gostiju ili pružanje dodatnih doživljaja onima koji borave u destinaciji u 12. mjesecu što je i realizirano s obzirom da su programi bili maksimalno popunjeni.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Pula, razni organizatori

Realizacija:

46.970,85 kn

2.4. Podrška turističkoj industriji

2.4.1. Gastro projekti

U suradnji Turističke zajednice grada Pula, Hrvatske gospodarske komore – županijske komore Pula i Udruženja obrtnika Pula u razdoblju od 8. do 28.11.2021. održana je manifestacija Dani pulskih ugostitelja. Manifestacija je uključila 30 pulskih ugostitelja koji su u svojim objektima nudili jela po promotivnim cijenama. Organizatori su također izradili promotivni letak, a manifestacija se još oglašavala putem online i radijskih oglasa.

Također se izradio i letak ugostitelja koji dostavljaju hranu s obzirom na epidemiju, a kako bismo informirali goste i na tu mogućnost konzumiranja hrane i pića.

Ukupno je utrošeno 5.947,00 kn za letak za dostavu hrane i aktivnosti promocije gourmet ponude.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Organizacijom navedenih aktivnosti ostvaren je cilj promocije gastronomske ponude u gradu Puli. Projekti su također pokazali raznoliku dostupnost ponude ugostiteljskih objekata na području grada kako domaćim tako i stranim gostima.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica grada Pula, Hrvatska gospodarska komora – županijska komora Pula, Udruženje obrtnika Pula

Realizacija:

5.947,00 kn

2.4.2. Ljetni sajam obrtnika - hand made

Turistička zajednica grada Pule u suradnji sa Obrtničkom komorom Istre već petnaestu godinu za redom organizirala je Ljetni sajam obrtnika – Istrian hand made. Ove se godine radi situacije sa korona virusom ljetni sajam obrtnika održao svaki tjedan od 5.7. do 7.9.2021. u vremenu od 20.00 – 23.00 sata. Obrtnici su izlagali, prodavali i proizvodili suvenire i rukotvorine, ponedjeljkom i utorkom na pulskom Forumu. Na Istrian hand made sajmu 2021. godine sudjelovali su sljedeći obrtnici:

- Staklopuhački obrt LANCIN, g. Marko Celija, Pula – izrada predmeta od stakla
- Domaća radinost Kolić Gordana, Pula – predmeti od modelirane žice
- PTO Vetro Miani, Umag – unikatni nakit od murana
- Domaća radinost Milan Vitasović, Pula – tradicionalni istarski instrumenti, sprte, košare
- OPG Branko Predan, Vodnjan – proizvodnja sapuna, krema, balzama za usne od ljekovitog bilja
- Domaća radinost Glišić Boris, Pula – istarski motivi u kamenu
- Domaća radinost Ivana Županić Radin, Pula - proizvodi od kože
- Domaća radinost Eda Mirković, Pula – dekupaž kutije i škrinjice sa istarskim motivima
- OPG Ozren Milisaljević, Pula - proizvodi od ljekovitog bilja

Zanimljivost ove manifestacije je i u tome što se neki predmeti izrađuju direktno ispred turista. Svi izlagači imali su majice i vrećice s logom Istrian hand made kako bi manifestacija bila prepoznatljiva.

Zbog pandemije uzrokovane korona virusom, na sajmu je sudjelovao nešto manji broj obrtnika u odnosu na prijašnje godine. Nastup izlagača bio je podijeljen u dvije grupe kako bi se mogle poštivati sve propisane epidemiološke mjere HZJZ. Za realizaciju projekta ljetni sajam obrtnika – hand made utrošeno je 4.319,16 kn za prijevoz i montažu štandova.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Organizacijom ove manifestacije postignuti su sljedeći ciljevi: obogaćena je turistička i kulturna ponuda grada te je pružena mogućnost turistima da kupuju ručni rad i autohtone istarske suvenire. Manifestacija je bila izuzetno dobro posjećena uz poštivanje svih epidemioloških mjera izlagača i posjetitelja.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica grada Pule i Obrtnička komora Istre

Realizacija:

4.319,16 kn

2.4.3. Dani trgovina

Nastavno na prošlogodišnje trgovinske akcije u Puli i na želju trgovaca da se nastavi sa sličnom inicijativom Udruženje obrtnika Pula, Hrvatska gospodarska komora – Županijska komora Pula, Grad Pula i Turistička zajednica grada Pule organizirale su u 2021. godini manifestaciju „Dani trgovina“ sa četiri prodajne akcije:

- LOVE SHOPPING za Valentinovo, 13.02.2021., unutar radnog vremena trgovina.
- LATE NIGHT SHOPPING, 19.06.2021., u vremenu od 20 – 24 sata uz muzičke programe na Trgu Portarata i na tržnici kod fontane.
- KUPUJMO U PULI, 02.10.2021, u radnom vremenu od 17 - 22 sata uz muzičke programe na Trgu Portarata i na tržnici kod fontane.
- SHOPPING ZA SVETOG NIKOLU, 4.12.2021., unutar radnog vremena trgovina.

Sudjelovanje u trgovinskim akcijama bilo je bez naknade s time da su trgovine morale za prvu trgovinsku akciju osigurati artikl za nagradnu igru „Love Shopping“,

Sve trgovine bile su dužne osigurati minimalan popust od 15 % na cjelokupan asortiman tijekom trajanja svih trgovinskih akcija.

U prvu trgovinsku akciju „Love Shopping“ bilo je uključeno 32 trgovine. Sve trgovine osigurale su poklon za nagradnu igru u sklopu akcije. Nagradna igra trajala je od 06.02. - 13.02.2021. i bila je organizirana na način da je svaki kupac ispunio kupon sa svojim podacima i ubacio u za to namijenjenu kutiju. Dobitnici su se izvlačili 18.02. u prostorijama TZ Pule. Svaki dobitnik dobio je nagradu iz trgovine u kojoj je ispunio nagradni listić. Sva imena dobitnika bila su objavljena na web stranicama TZ Pule i Grada Pule. U drugu akciju „Late Night Shopping“ uključilo se 30 trgovina u centru grada. U sklopu akcije bio je organiziran glazbeni program na Portarati (Pula Jazz Band) i na tržnici kod fontane (MusiCity). U treća trgovinsku akciju „Kupujmo u Puli“ bilo je uključeno 29 trgovina. Trgovine su nudile popuste u terminu od 17 – 22 sata.

U sklopu akcije organizirani su bili glazbeni koncerti na trgu Portarata (MusiCity) i na tržnici kod fontane (Pula Jazz Band) U četvrtoj akciji „Shopping za Sv. Nikolu“

bilo je uključeno 29 trgovina koje su bile otvorene unutar svojeg radnog vremena

Tijekom trajanja trgovinskih akcija radili su se plakati koji su se plakirali po gradu te su ujedno sve trgovine bile označene plakatom akcije, sa dvije umjetne ukrasne biljke –tuje i dodatno ukrasnim led lampicama za shopping za Sv. Nikolu koje je osigurao organizator. Manifestacija se oglašavala putem društvenih mreža, medija (radija i televizije) i tiska. Pred kraj godine bio je organiziran i sastanak predstavnika trgovina i organizatora i tom prilikom dogovoreno je da se i u 2022. godini nastavi sa trgovinskim akcijama.

Na realizaciju manifestacija utrošeno je 26.246,39 Kuna prema slijedećoj strukturi:

- Oglašavanje u medijima – 10.445,00 Kn;
- Tisak i Izrada promotivnih materijala i organizacija nagradne igre – 6.801,39 Kn;
- Glazbeni programi – 9.000,00 Kn

Partner projekta Grad Pula bio je uključen u vidu plakiranja plakata na području grada, dok su Udruženje obrtnika i HGK – Županijska komora Pula promovirali trgovinske akcije putem svojih kanala te su u sklopu trgovinskih akcija organizirali dodatne akcije pod nazivom „Sretna srijeda“.

Ostvareni cilj i aktivnosti:

Glavni cilj trgovinskih akcija je da se potaknu ljudi za dolazak u grad odnosno potiče kupovina po promotivnim cijenama u centru grada. Također, tijekom trgovinskih akcija sve trgovine su bile posebno promovirane putem raznih kanala promocije. Akcije su organizirane tijekom cijele godine s time da smo za pojedine akcije organizirani glazbeni koncerti što je bio dodatni povod za dolazak u centar grada.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica grada Pula, Grad Pula, Udruženje obrtnika Pula, Hrvatska gospodarska komora – Županijska komora Pula

Realizacija:

26.246,39 Kuna

Organizirani bike obilasci

Aktivnost nije rebalansom planirana radi epidemioloških uvjeta.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture

3.1.1. Glazba koja prezentira i promovira Pulu kao destinaciju

Istarskim glazbenicima koji njeguju istarski izričaj riječju ili glazbom financiralo se izdavanje pjesme, cd-a ili spota.

Ukupno je utrošeno 6.588,25 kn za:

- Realizaciju audio-video projekta Viva l'amor Vesne Nežić Ružić 3.588,25 kn
- Glazbeni projekt Ala Šu Ep – izdanje grupe Sergio Recreativo 3.000 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je očuvati tradiciju istarske riječi i glazbe i prezentirati je i domaćima i gostima što definitivno ova dva projekta i čine.

Nositelj aktivnosti:

Glazbenici i TZ Pula

Realizacija:

6.588,25 kn

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Online promocija Klastera južna Istra

Klaster južne Istre već niz godina zajednički kroz online promociju prezentira destinaciju sa svojim značajnijim događanjima. Klaster udružujući sredstva oglašava sportske i kulturno zabavne aktivnosti kao i samu destinaciju na društvenim mrežama, te na taj način sinergijom postizemo bolju dostupnost ciljanog tržišta. Ove godine naglasak se stavio na promociju destinacije, njezine

ponude proizvoda sunca i mora s obzirom na smanjeni broj manifestacija zbog epidemiološke situacije oko Covida 19. Na temelju izrađenog plana oglašavanja, na službenim društvenim mrežama Klastera, Facebooku i Instagramu promovirane su objave na temu: sunca i mora, outdoora, kulture, rekreacije te gastr. Tokom cijele godine pripremljeno je i objavljeno sveukupno 30 objava, 12 zajedničkih objava koje su bile dodatno promovirane, te 18 pojedinačnih objava (3 objave po svakoj Turističkoj zajednici). Cilj promocije bio je staviti naglasak na klaster kao destinaciju sa nizom kvalitetnih sadržaja.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Tematski osmišljen promoviran sadržaj u obliku objava na društvenim mrežama prikazan je više od 2.424.485 puta, a objave su bile dijeljene 545 puta i spremene 430 puta što ukazuje na visok interes korisnika za sadržaj, a time i samu destinaciju i njezinu ponudu. Rezultati provedene promocije ukazali su i da je najviše interesa za klaster kao destinaciju bilo u Poljskoj, Italiji te Češkoj.

Nositelji aktivnosti i partneri

Turističke zajednice klastera južne Istre, Digital King

Realizacija:

10.000 kn

3.2.2. Promocija Start

Promocija simboličnog naziva „Start“ osmišljena je, u suradnji sa Arena Hospitality Group-om te Uniline-om, na način da se nakon stabilizacije epidemiološke situacije s Covidom 19 kao destinacija pozicioniramo na tržište, prezentiramo destinaciju i na taj način privučemo goste.

Troškovi promocije obuhvaćali su dizajn, prijevode i plaćene promotivne aktivnosti poput izrada oglasa za časopise, izrada oglasa za web portale te promoviranja zasebnih objava na službenim društvenim mrežama Facebook i Instagram. U sklopu promocije Start osmišljena je i promotivna kampanja nazvana

pula+freedom koja se odvijala od 5. travnja do 23vi. svibnja na službenoj Facebook stranici i Instagram profilu Turističke zajednice u suradnji s agencijom Digital King. Kampanja se provodila na sljedećim tržištima: južna Njemačka, sjeverna Italija, Slovenija, Austrija i sjeverna Hrvatska. Svakoga tjedna objavljene su tri objave, fotografije ili videa s prigodnim tekstom i jedan oglas jezično prilagođen tržištima na kojima se prikazivao. Oglasi su sadržavali link na službenu internetsku stranicu Turističke zajednice, a cilj oglasa bila je interakcija publike sa prikazivanim oglasima (komentari, reakcije, dijeljenje oglasa) te dosegnuti što veći broj osoba kako bi im prikazali oglas te kako bi ih privukli na dolazak na web stranicu. Na promociju „Start“ ukupno je utrošeno 178.849,90 kn prema sljedećim stavkama :

- Troškovi dizajna, prijevoda, izrada oglasa za časopise, izrada oglasa za web portale te promoviranja zasebnih objava na službenim društvenim mrežama Facebook i Instagram 66.199,9 kn
- Promotivna kampanja pula+freedom 112.650,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj promocije „Start“ bio je zadanim aktivnostima privući i zainteresirati goste te među prvima na tržištu prezentirati destinaciju. Čak 79% posto veća posjećenost internetske stranice u usporedbi s prošlom, 2020. godinom, pokazuje uspješnost ove promocije. Analitikom web stranice uvidjelo se i da se sa tržišta na kojima smo se najviše promovirali pokazao i najveći interes za sadržaje koje naša web stranica, a tako i naš grad nudi. Navedeno se očituje i u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih tržišta na kojima se ova promocija odvijala. Također, kampanja pula+freedom ukazala nam je da postoji visok interes publike za vrstom vizualnog sadržaja koji je bio objavljivan na društvenim mrežama. Sveukupno je u kampanji ostvareno preko 2.500.000 prikaza oglasa te ukupno više od 33.000 klikova na oglase što daje stopu klikova od 2,11%, što je iznad prosjeka od 0,50% za prosječne Facebook kampanje. Najveći interes za oglase u ovoj kampanju iskazalo je tržište južne Njemačke i Austrije.

Nositelji aktivnosti i partneri

Turistička zajednica Grada Pula, Arena Hospitality Group, Uniline, Digital King

Realizacija:

178.849,90 kn

3.2.3. Oglašavanje destinacije

Nakon promocije „Start“ Pula se kao destinacija nastavila promovirati na malo širem tržištu koje je odabrano na temelju aktivnosti avioprijevoznika, autobusera, vlakova te statistici po tržištima od prošle sezone. Cilj promocije bio je prisutnost na tržištu kako bi se u ponovnom pokretanju putovanja, nakon poboljšanja epidemiološke situacije, što bolje pozicionirali i bili prepoznatljivi kao sigurna destinacija sa bogatom ponudom. Troškovi su ovdje obuhvaćali dizajn, prijevode i plaćene promotivne aktivnosti poput oglašavanja u časopisima i na web portalima, emitiranja radio oglasa te snimanja promotivnih filmova o Puli. Osim toga u sklopu ove promocije osmišljene su i dvije promotivne kampanje: pula+experience i pula+energy, u suradnji sa Arena Hospitality Group-om te Uniline-om. Kampanja pula +experience pozivala je na doživljaj novih iskustva, aktivnosti, evenata i sl. Trajala je od 17. svibnja do 25. lipnja. Tržišta u ovoj kampanji jesu: Njemačka, sjeverna Italija (do Rima), Austrija, Slovenija, sjeverna Hrvatska, Rusija (Moskva, St. Petersburg) te Ukrajina (Kijev). Kao i u prethodnoj i u ovoj su kampanji svakoga tjedna objavljene tri objave, fotografije ili videa s prigodnim tekstom i jedan oglas jezično prilagođen tržištima na kojima se prikazivao. Oglasi su i ovdje sadržavali link na službenu internetsku stranicu Turističke zajednice, kako bi se posjetitelje usmjerilo da posjete stranicu i istraže sve informacije o tome što Pula nudi.

Druga kampanja pula+energy, bila je usmjerena na proizvod sunce i more, pozivala je punjenje baterija kroz događanja, prirodu, gourmet...Započela je 6. kolovoza te je trajala do 10. rujna te smo ju podijelili na dva dijela s obzirom da smo nastojali tržišta birati na način da smo gledali povezanost Pule s drugim gradovima i državama avionom. U prvom dijelu tržišta su bila: južna Njemačka, Austrija, Poljska, Češka, Nizozemska (oko Amsterdama i Rotterdama), sjeverna

Italija i Slovenija. U drugom dijelu kampanje tržišta su bila: južna Njemačka, Austrija, Poljska, Češka, Nizozemska (oko Amsterdama i Roterdama), sjeverna Italija, Slovenija, Mađarska, Oslo i okolica, London i okolica, Bristol i okolica, Bruxelles i okolica. Provedba cjelokupnog oglašavanja destinacije sastoji se od sljedeće strukture:

- Troškovi dizajna, prijevoda, ostalih promotivnih aktivnosti 176.338,85 kn
- Promotivna kampanja pula+experience 232.500,00 kn
- Promotivna kampanja pula+energy 164.637,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Oglašavanjem destinacije željela se postići prisutnost na tržištu kako bi se slijedom bolje epidemiološke situacije što bolje pozicionirali na tržištu i bili prepoznatljivi kao sigurna destinacija sa bogatom ponudom. Pomno osmišljenim promotivnim aktivnostima uspjeli smo postići zainteresiranost za turističku ponudu Pule i na širem ciljanom tržištu, što pokazuje Veliki interes za sadržaje koje kao destinacija nudimo pokazuje analitika web stranice, ali i rezultati dviju provedenih kampanja na društvenim mrežama. U kampanji pula+experience oglasi su bili prikazani sveukupno 5.056.206 puta dok je doseg korisnika bio 2.274.053 osoba. Tržište koje je u ovoj kampanji imalo najbolje rezultate jest Rusija, gdje su bile vrlo visoke brojke po pitanju doseg a i impresija, kao i klikova na oglase. Najveći broj ostvarenih interakcija bio je 32.892 na objavi od 21. lipnja kada smo objavili fotografiju Pule iz zraka uslikanu u ljetno doba, koja prikazuje zalazak sunca nad gradom, s pogledom na pulski zaljev.

Kampanja pula+energy imala je 3.757.536 prikazivanja oglasa i doseg od 1.545.197 osoba. Najviše interakcija, njih 48.983, imala je objava od 13. kolovoza, kao i najviše dijeljenja (465). Objavljena je bila fotografija pulske plaže, popularno zvane „Havajka“, na kojoj se uz borove i šljunčanu plažu vidi i more tirkizno zelene boje. Specifično je da je objava od 6. kolovoza vezana uz Spetacvlu Antiqvu imala čak 149 spremanja objave.

Nositelji aktivnosti i partneri

Turistička zajednica Grada Pula, Arena Hospitality Group, Uniline, Digital King

Realizacija

573.475,85 kn

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

3.3.1. Prihvat predstavnika medija

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Istarske županije i direktno, Pulu je tijekom godine posjetilo 14 novinara i to 8 iz Njemačke, 2 iz Švedske, 2 iz SAD-a, 1 iz Slovenije i 1 iz Francuske.

Također su nas posjetile ukupno 16 TV ekipa: 2 iz Njemačke (MDR-Fernsehen i Melodie TV), 2 iz Austrije (ORF i ATV), 2 iz Španjolske (ETB2 i TVE), 2 iz USA (PBS i AWE), 1 iz Rusije (NTV), 2 iz Italije (Rai1 i Rai3), 1 iz Nizozemske (RTL 4), 1 iz Brazila (TV Travel Box), 1 iz Francuske (ARTE), 1 iz Češke (ČT2) i 1 iz Hong Konga (TVB Hong Kong) Uz strane novinare bilo je organizirano 6 studijskih putovanja agenata i touroperatora (ukupno 39 osoba) iz SAD-a, Ukrajine i Rusije te ukupno 7 renomiranih influencera. Za prihvat novinara i studijskih putovanja ukupno je utrošeno 40.067,83 Kuna prema specifikaciji kako slijedi:

- Troškovi vođenja i ulaznica i provođenje programa - 22.165,83 Kn;
- Troškovi obroka – 11.935,00 Kn;
- Troškovi smještaja – 5.967,00 Kn

Prihvat novinara i studijskih putovanja TZ Pula provodi u suradnji sa partnerima NP Brijuni, Arheološkim muzejom Istre, Povijesnim i pomorskim muzejom Istre, Kućom Istarskog maslinovog ulja, Aquariumom Pula te svim ostalim dionicima turističke ponude na području Pule sukladno tematici za koje postoji interes od strane medija.

Ostvareni cilj i aktivnosti:

Posljednjih godina u Istri odnosno Puli se bilježio porast broja dolazaka i noćenja inozemnih turista koji se sve više informiraju putem objavljenih reportaža na internetu, društvenim mrežama, digitalnih medija i putem TV reportaža. Broj

dolazaka stranih novinara u 2020. usporedno sa 2019. značajno je smanjen uzrokom pandemije korona virusa. Tijekom 2021. usporedno sa 2020. godinom evidentan je porast broja dolazaka stranih medija. S obzirom na važnost stalne prisutnosti i komunikacije sa stranim medijima s ciljem promocije destinacije, TZ Pula će u skladu sa planiranim aktivnostima nastaviti sa dosadašnjom suradnjom s HTZ-om i TZIŽ vezano za prihvataj novinarima i predstavnika medija po dosadašnjem modelu financiranja prema kojem HTZ pokriva troškove dolaska, prijevoza i smještaja novinara, dok lokalne turističke zajednice pokrivaju troškove vođenja, dodatnih obroka i ostalih extra troškova na svom području.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica grada Pula, Glavni ured HTZ-a sa predstavništvima, TZ Istre te svi ostali nosioci turističke ponude na području Pule

Realizacija:

40.067,83 Kuna

3.3.2. Domaći PR

Za veće manifestacije Pula maraton i Dane pulskih ugostitelja financirale su se PR aktivnosti kako bi se privuklo i domaće goste na događaje. Ukupno je utrošeno 21.836,75 kn za:

- Maraton 7.400,50 kn
- Dani pulskih ugostitelja 14.436,25 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj Domaćeg PR-a je osim privlačenja domaćih gostiju na događanja i promocija Pule kao aktivne i zanimljive destinacije. Maraton je bio maksimalno rasprodan i privuklo se građane po trasi, a ugostitelji su imali prometa domaćih gostiju.

Nositelji aktivnost

TZ Pula

Realizacija:

21.836,75 kn

3.3.3. Globalni PR

Kroz globalni PR financirale su se agencije za Njemačko i Slovensko tržište kako bi se pisalo o novostima Pule iz EU projekata Povijesnog i pomorskog muzeja Istre i Arheološkog muzeja Istre, novog hotela Brioni i ostaloga u 2021. i 2022. godini. Ukupno je utrošeno 60.539,48 kn što je za 12% više od plana radi plaćanja PDV-a na inozemni račun od čega za:

- Njemačko tržište 30.260,00 kn
- Italija i Austrija 30.280,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je predstaviti novosti iz Pule i zainteresirati publiku za dolazak što će se ovim putem realizirati.

Nositelj aktivnost

TZ Pula

Realizacija:

60.540,00 kn

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

3.4.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama turističke industrije i događanja

Kroz stavku Oglašavanje u promotivnim kampanjama turističke industrije i događanja vršena je promocija Pule kao destinacije, ali i događanja koja su se odvijala, izradom banneri i oglašavanjem na web portalima poput portala Nove TV, HRT-a, mDnevnik.hr, mZadovoljna.hr, mGOL.hr, mPunfuker.hr, HRT.hr, she.hr, mFolder.hr, mZimo.hr, Clickbox. Nadalje, akcije „Late Night shopping“ i „Shopping za Sv. Nikolu“ promovirale su se na portalu Regional Express te oglašavanjem na Radio Maestralu. Projekt „Dođi u grad“ promovirao se u suradnji sa Hanza mediom d.o.o, dok se manifestacija „Dani ugostitelja“ promovirala u

suradnji sa TV Novom d.o.o., a oglašavanje za „Advent u Puli“ odrađeno je u suradnji sa Radio Maestrom te na portalima Klik Tag-a d.o.o. Osim na portalu Turizmoteka.hr te u programu TV Nove, Pula smo kao turističku destinaciju promovirali i u tiskanom izdanju vodiča Explore Adriatic 2021. Promocija destinacije i turističke ponude odvijala se i u suradnji sa Uniline-om, kao i sa Arena Hospitality Groupom i Turističkom zajednicom Medulin. S ciljem promocije „Adventa u Puli“, osmišljena je i promotivna kampanja naziva pula+advent, koja je započela 30. studenog te je trajala do 25. prosinca. Tržišta koja su bila ključna za ovu kampanju i gdje su se objave najviše promovirale jesu: Hrvatska, Slovenija, južna Njemačka, sjeverna Italija te Austrija. Pulski se advent promovirao na službenim društvenim mrežama Turističke zajednice, Facebooku i Instagramu, na način da su tjedno bile objavljene dvije objave: fotografija ili videozapis te popratni prigodni tekst. Provedba cjelokupnog oglašavanja destinacije sastoji se od sljedeće strukture:

- Oglašavanje na portalima 24.355,00 kn
- Oglašavanje u televizijskim i radijskim programima 32.877,50 kn
- Oglašavanje u tiskanim materijalima 10.900,00 kn
- Zajedničko oglašavanje sa Arena Hospitality Group-om i TZ Medulinom 73.124,78 kn
- Udruženo oglašavanje sa Uniline-om 50.000,00 kn
- Promotivna kampanja pula+advent 39.071,63 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj ovih načina oglašavanja bio je prikazati turističku ponudu Pule kao destinacije, kao i samih događanja. Odabirom pojedinih sredstava oglašavanja željelo se zainteresirati i privući veći broj posjetitelja, kako stranih tako i domaćih. U skladu s time, izabrani su i servisi oglašavanja, od tiskanih časopisa, vodiča do televizijskih i radijskih programa, web portala, ali i društvenih mreža. Dobra posjećenost organiziranih događanja ukazuje na kvalitetu odabranih načina promocije i oglašavanja. Što se tiče promotivne kampanje pula+advent, promovirane objave su bile prikazane ukupno 4.018.311 puta, a imale su doseg od 1.491.455 osoba.

Sveukupan broj reakcija na objave je bio 237.495, a objava od 30. studenog je ostvarila najviše interakcija, njih 11.850 te je ta ista objava bila podijeljena 200 puta. Radilo se o prvoj objavi u kampanji te je objavljena fotografija prikazivala božićnu jelku na trgu Portarata i hodače na štulama, a tom se objavom ujedno najavio i početak „Adventa u Puli“. Ova promotivna kampanja je imala jako dobre rezultate s obzirom na uložena sredstva.

Nositelji aktivnosti i partneri

Turistička zajednica Grada Pula, Uniline, Arena Hospitality Group, Digital King

Realizacija

230.328,91 kn

3.4.2. Strateški marketing plan Istre

Nakon pauze u 2020. godini, Turistička zajednica Istarske županije nastavlja i u 2021. godini sa izradom Strateškog marketing plana (SMP) koji ima za cilj povezivanje javnog i privatnog sektora te kreiranje i unapređenje proizvoda u turizmu, te posebno marketing, odnosno novi način komuniciranja sa tržištima. Plan predviđa financijsko uključivanje TZ Istre, svih lokalnih turističkih zajednica i većih turističkih poduzeća. Navedena sredstva u planu TZ Pule predviđena su za sudjelovanje u marketinškim i poslovnim suradnjama na nivou Istre i uplaćena su TZ Istri.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj aktivnosti je udružiti sredstva i jače promovirati Istru kao destinaciju, te razvoj proizvoda na nivou regije. Navedeno je ostvareno kroz Strateški marketing plan i aktivnosti njime definirane:

- odnosi s javnošću: globalni i domaći PR - 41.619,04 kn
- strateški projekti s HTZ-om (javni poziv - avioprijevoz) - 85.750,14 kn
- samostalno oglašavanje - strateški projekti, marketinške suradnje i specijalizirane promotivne aktivnosti (avioprijevoznici,

touropreatorima, specijalizirane fokusirane marketinške aktivnosti) -
107.187,67 kn

- kreiranje promotivnog materijala - 5.359,38 kn
- internetske stranice - 10.718,77 kn

Ukupno: 250.635,00 kn

Nositelji aktivnosti i partneri

TZ Istre, lokalne TZ Istre

Realizacija:

250.635,00 kn

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

3.5.1. Zlatna Penkala

Od 14. – 17. lipnja 2021. klaster južne Istre u suradnji sa TZIŽ bio je domaćin dodjele nagrade „Zlatna Penkala“, manifestacija koju je po 17. put organizirala Hrvatska turistička zajednica izabranim inozemnim turističkim novinarima i blogerima za najbolje medijske objave o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji u prošloj, iznimno zahtjevnoj i teškoj turističkoj godini. Svojim pozitivnim i afirmativnim izvještavanjem i objavljivanjem sadržaja, odabrani novinari, blogeri i influencersi iz Austrije, Belgije, Slovenije, Njemačke, Mađarske, Italije, Češke, Slovačke, Nizozemske, Poljske i SAD-a pridonijeli su vidljivosti i promociji Hrvatske u Europi i svijetu.

Svečana dodjela nagrada održala se u srijedu, 16. lipnja u hotelu Park Plaza Histria.

U sklopu događanja organizirano je trodnevno studijsko putovanje za 13 inozemnih novinara blogera i influencersa u pratnji djelatnika iz ureda predstavništava HTZ-a u inozemstvu.

Za realizaciju projekta Zlatna Penkala ukupno je utrošeno 119.466,88 Kn od čega je TZ Istra sufinancirala u iznosu od 70.747,75 Kn, dok je klaster južne Istre sufinancirao u iznosu od 48.719,13 Kn.

Ukupan trošak klastera južne Istre dijelio se na TZ Medulin 10.800,00 Kn, TZ Vodnjan 7.410,00 Kn, TZ Ližnjan 6.297,50 Kn, TZ Fažana 5.064,36 Kn dok je TZ

Pula sufinancirala manifestaciju u iznosu od 19.147,27 Kn, prema slijedećoj strukturi:

- Obroci - 6.980,00 Kn;
- Pratlja grupe i vođenja (turistički vodič, fotograf, zaštitar) – 6.968,72 Kn;
- Animacija Spectacvla Antiqva – 1.198,55 Kn;
- Glazbeni bend – 4.000,00 Kn;

Turistička zajednica grada Pula u suradnji sa turističkim zajednicama klastera južne Istre i TZ Istrom bila je domaćin manifestacije odnosno kreirala je trodnevni program za sve sudionike, dok je glavni ured HTZ-a u suradnji sa predstavništvima bio glavni nositelj projekta u vidu kandidiranja nagrađenih novinara, dolazaka i odlazaka u destinaciju te smještaja. NP Brijuni bio je partner manifestacije u vidu organiziranja tailor made izleta na temu Paul Kupelwiesera.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Dugogodišnjom dodjelom „Zlatne penkale“ Hrvatska turistička zajednica ističe vrijednost profesionalnog pristupa pisanju i izvještavanju o Hrvatskoj u inozemnim medijima te na taj način želi zahvaliti inozemnim novinarima na doprinosu u promidžbi hrvatskog turizma u svijetu. Turistička zajednica grada Pula zajedno sa klasterom južne Istre bila je domaćin manifestacija te je time pružena prilika da se medijima predstave sve posebnosti južne Istre odnosno kulturno - povijesne znamenitosti, prirodne ljepote, gastronomija i ostale adute po kojima je južna Istra prepoznata.

S obzirom na pandemiju korona virusa i činjenicu da je manifestacija organizirana prije glavne turističke sezone, HTZ je putem manifestacije ujedno promovirao Hrvatsku kao sigurnu, dobro pripremljenu i poželjnu turističku destinaciju kroz projekt Safe stay in Croatia. Tijekom razgleda grada strani mediji izvještavali su o svom boravku u Puli i okolici te su pojedine tv kuće u svoje informativne emisije imali direktno javljanje sa terena što je bila zasigurno dobra promocija destinacije za dolazeću glavnu turističku sezonu.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turističke zajednice klastera južna Istre, TZ Istra, HTZ sa predstavništvima i NP Brijuni.

Realizacija:

19.147,27 Kn

3.5.2. Prezentacije

Prezentacije se nisu realizirale jednim djelom jer su EU projekti kasnili, a jednim djelom radi epidemiološke situacije, te nisu bili rebalansom planirane.

3.5.3. Sajmovi

Sajmovi nisu planirani rebalansom radi epidemiološke situacije.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

U suradnji sa agencijom Uniline u Puli se organizirao sastanak upravnog odbora Europske udruge putničkih agencija (ECTA) te je TZ financirala transfere u iznosu od 15.757,50 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je prezentirati Pulu vodećim ljudima turizma Europe i potaknuti ih za prodajom iste.

Nositelji aktivnosti i partneri

TZ Pula i Uniline

Realizacija:

15.757,50 kn

3.7. Kreiranje promotivnog materijala**3.7.1. Blok plan grada**

Blok plan grada nije se tiskalo jer ga je još bilo dostatno i za 2021. godinu te se ni rebalansom nije planirao.

3.7.2. Mali plan grada za grupe

S obzirom da Pulu posjećuju grupe iz cijele Istre i traže planove, tiskali su se mali A5 planovi užeg centra sa kulturno povijesnim spomenicima i muzejima. Tiskalo se 50.000 komada, koji su se distribuirali na info punktu. Sveukupni trošak odnosi se na samo na tisak i iznosi 12.500,00kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je bio zadovoljiti zahtjev gosta koji je u prolazu u Puli te mu osigurati i „suvenir“. Dijeljenjem malih planova grada gostima, odnosno grupama pružio se uvid u uži centar grada na vrlo pregledan način.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija

12.500,00 kn

3.7.3. Brošura manifestacija

Brošura manifestacija rebalansom nije planirana jer se zbog epidemiološke situacije i nesigurnosti organiziranja manifestacija nije tiskala.

3.7.4. Kulturni punktovi

U suradnji s muzejima, Turistička zajednica tiskala je letak - brošuru koja prezentira sve bitne kulturne točke u gradu pošto se kroz vrijeme pokazalo da gosti traže takav materijal koji uvelike ubrza i pružanje informacije što posjetiti, što je bitno kada su velike gužve na info punktu. Tiskalo se 10.000 komada te se materijal distribuirao na info punktu i po smještajnim objektima. Cjelokupni trošak odnosi na tisak letka i iznosi 5.000,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Tiskanjem ovog letka - brošure gostima se pružila potpuna informacija o bitnim kulturnim točkama u gradu. Osim toga, na taj se način osigurao i veći broj posjeta kulturnoj ponudi grada što je bio i cilj.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija

5.000,00 kn

3.7.5. Bike staze

Biciklističke staze koriste rekreativci i sportaši, a najviše u pred i posezoni. Turistička zajednica je tiskala 5.000 komada mapa s biciklističkim stazama te ih distribuirala na info punktu i po smještajnim objektima. Cjelokupni trošak odnosi se na tisak i dizajn, a utrošeno je 5.479,16 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je bio gostima prezentirati bike staze i omogućiti im lako kretanje njima, što je tiskanjem dovoljnog broja mapi osigurano te se uvidjela velika zainteresiranost za istu.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija

5.479,16 kn

3.7.6. Ostali tiskani materijal

S ciljem prezentacije novih proizvoda, tiskali su se sljedeći materijali: letci info Covid za iznajmljivače, letak eVisitor za iznajmljivače, letak nautika, dopis za

iznajmljivače te knjiga Čarobna Istra. Sveukupni trošak se odnosi tisak navedenih materijala, a utrošeno je 9.114,05 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Tiskom navedenih materijala pružili smo pravovremene i nove informacije iznajmljivačima, ali gostima grada što je bio i cilj ove aktivnosti.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija

9.114,05 kn

3.7.7. *Produkcija online i offline promo materijala*

Kako bi se Pula kao turistička destinacija što bolje promovirala na tržištu, osmišljena su snimanja uz angažirane modele, definirane su ključne lokacije, kao i tematika. Snimljeni sadržaj, fotografije i video snimke koristit će se offline i online, odnosno u promociji putem časopisa, vodiča, materijala, internetskih stranica itd. Osim samog snimanja, odrađena je i post produkcija snimljenog sadržaja te su se otkupili i dodatni offline materijali. Na sveukupnu produkciju online i offline promo materijala je utrošeno 76.453,54 kn prema sljedećoj strukturi :

- snimanje i izrada kratkih video materijala 44.030,00 kn
- izrada fototeke i video materijala za TZ Pula 22.953,44 kn
- promocija videa na kongresnom sajmu 1.420,11 kn
- dizajn e-mail novogodišnje čestitke i dizajn Facebook novogodišnje čestitke 2.250,00 kn
- snimanje, izrada grafika i jednostavnih animacija te post-produkcija video priloga 3.300,00 kn
- otkup CD-ova - Bruno Krajcar & Friends 2.499,99 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je bio obnoviti postojeću fototeku i video sadržaj kako bi se Pula što bolje promovirala u tiskanim materijalima, na internetskoj stranici, na službenim društvenim mrežama Turističke zajednice, ali i u časopisima, vodičima, internetskim stranicama drugih medija na ključnim tržištima.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija:

76.453,54 kn

3.7.8. Vrećice

Izradile su se vrećice sa dizajnom pula+ za potrebe podjele promotivnih materijala od strane Turističke zajednice, ali i organizatora kongresa, takmičenja i sl. Izrađeno je sveukupno 1.000 vrećica. Trošak se odnosio na izradu te je utrošeno 3.093,75 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Vrećice se izrađuju s ciljem da se i na taj način, putem vrećice, kvalitetno promovira vizualni identitet Pule.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija

3.093,75 kn

3.7.9. Ostali promo materijal

Turistička zajednica izradila je sljedeće dodatne promo materijale: QR ploče i oslikane majice filantropije. Na pripremu, dizajn i izradu navedenih materijala utrošeno je ukupno 3.938,13 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Navedeni promo materijali zamišljeni su i izrađeni s ciljem što boljeg prezentiranja Pule.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija:

3.938,13 kn

3.8. Internetske stranice

3.8.1. Razvoj i održavanje Internet stranica

U 2021. godini internetska stranica www.pulainfo.hr svakodnevno se ažurirala točnim i pravovremenim informacijama o Puli poput: najava događanja u kalendaru događanja, ažuriranju radnog vremena i cijena muzeja i spomenika, ažuriranja informacija o testnim mjestima vezano uz Covid 19, ažuriranja informacija o prijevozu, smještaju, plažama, turističkim atrakcijama, izletima, iznajmljivanju itd. Dizajn internetske stranice prati najnovije svjetske trendove, pa je stranica prilagođena za pristup putem mobitela tj. izgleda kao aplikacija. Kako bi stranica bila što dostupnija, sadržaj se na njoj prevodi na još 6 jezika, a održavanje domene i stranice doprinosi njezinoj funkcionalnosti. Paralelno sa sadržajnim obogaćivanjem, vršile su se i promocije kojima se u kontinuitetu podizao rejting stranice. Analizom podataka na Google Analyticsu, rezultati posjećenosti internetske stranice www.pulainfo.hr jesu sljedeći :

- Web stranice posjetilo je ukupno 340.169 posjetitelja (79,03% više nego u 2020.g) koji su ostvarili 464.973 sesija, odnosno bili su aktivni na stranici do 30 minuta (81,59% više nego u 2020. g.) i pregledali su stranice sveukupno 831.389 puta (81,13%) više nego lani.
- Od ukupnog broja posjetitelja na stranicama TZ Pula u 2021 g. bilo je 80,67% više novih posjetitelja u odnosu na 2020. g.
- Prosječno svaki posjetitelj pogleda 1,79 stranice i zadrži se ukupno 1,21 minuta.
- Po emitivnim tržištima, najčešći posjetitelji su Hrvati, zatim Nijemci, Talijani, Slovenci, Austrijanci, Rusi, Indonežani, Francuzi, Amerikanci (SAD), Nizozemci, Poljaci, Britanci, Srbi, Česi, Švicarci, Belgijanci, Ukrajinci, Mađari, BiH, Rumunji, Slovaci, Šveđani, Španjolci, posjetitelji iz Hong Konga, Danci, Irci, Kanađani, Norvežani itd.
- Interesantno je da najviše pregleda po gradovima su posjetitelji iz Zagreba, Pule, Rijeke, Ljubljane, Beča, Münchena, Milana, Moskve, Splita, Frankfurta, Berlina, Dortmundu, Batama, Cologne, Rovinja, Pariza, Beograda, Hamburga, Saint Petersburga, Rima, Praga, Stuttgarta, Poreča, Nurnberga, Budimpešte, Graza, Londona, Osijeka, Amsterdama, Kijeva, Turina, Bruselsa, Maribora, Leipziga, Zadra itd.
- Stranica ima posjetitelje iz 184 država iz cijelog svijeta.
- Najviše posjeta imaju stranice kalendara manifestacija, Arene, parkinga, stranica s informacijama o mjestima za testiranje u Puli, web kamera, stranica s informacijama o spomenicima i cijenama ulaznica u muzeje, stranice Spectacvle antiqve, plaža, plana grada, Aquarija, stranice s informacijama za iznajmljivače, stranice s informacijama o tržnici, ribarnici, utverdama, Nacionalnom parku Brijuni, Svjetlećim divovima, stranice s informacijama kako putovati u Hrvatsku za vrijeme Covida 19, stranice o smještaju u Puli, stranice o prijevozu autobusom te brodom.
- Prema dobi posjetitelji posjećuju stranice TZ Pula: 18-24 27.50%, 25-34 33.50%, 35-44 15.50%, 45-54 12.50% , 55-64 5.50%, 65+ 5.50%.

Na razvoj i održavanje internetske stranice ukupno je potrošeno 84.879,28 kn prema sljedećim stavkama:

- Održavanje internetske stranice 60.750,00 kn
- Prijevodi sadržaja za web stranicu 12.882,50 kn
- Održavanje domene 11.246,78 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj održavanja i usavršavanja internetske stranice Turističke zajednice jest pravovremeno pružati i nadopunjavati informacije kako bi gost u svakom trenu imao točnu informaciju. Upravo nadopunjavanjem, ažuriranjem i održavanjem stranice stekla se funkcionalnost i posjećenost stranice. Na temelju provedene analize, zaključak je da je u 2021. godini, unatoč pandemiji, posjećenost naše internetske stranice porasla za 79% više od prethodne godine što je odličan rezultat.

Nositelj aktivnosti

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija:

84.879,28 kn

3.8.2. Snimanje za Google street view

Nakon što se snimio centar grada i Hidrobaza za Google street view u 2020. godini, u 2021. godini snimila se Verudela u suradnji sa Arena Hospitality Group. Također su se snimile dronom iz zraka snimke pogleda 360° na grad sa posebnim točkama. Ukupno je snimljeno 36 (kulturne, turističke...) točki u gradu Puli koje će svatko moći razgledati sa svih strana panoramski.

Ukupni troškovi su 57.500 kn od čega je 12.000 kn za street view Verudele, a 45.500 kn za panorame.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je gostima omogućiti da u svakom trenu mogu na daljinu doživjeti Pulu u stvarnosti što je sa street view i panoramama postignuto.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Pula, Arena Hospitality Group

Realizacija:

57.500 kn

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Na mjesečnoj bazi paušala otkupljivale su se fotografije Pule kako bi baza materijala bila ažurna. Također su se otkupile i fotografije koje su specifične po temama i posebnim kadrovima. Navedene fotografije koristile su se kako bi se nadopunili i obnovili sadržaji u materijalima, na web stranici te na društvenim mrežama. Fotografije se također ustupaju svim subjektima koji ih žele koristiti za prezentaciju i promociju grada (turističke agencije, portali...). Na cjelokupno kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka utrošeno je 53.358,36 kn prema sljedećim stavkama:

- otkup fotografija paušalno na mjesečnoj bazi 30.000,00 kn
- dodatan otkup fotografija 22.677,13 kn
- kupnja fonta 681,23 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Otkupljivanjem fotografija, odnosno kreiranjem i upravljanjem bazama turističkih podataka osigurala se ažurnost svih materijala te sadržaja internetske stranice i društvenih mreža. Na taj se način posjetiteljima internetske stranice i službenih društvenih mreža Turističke zajednice, a tako i Pule omogućio kvalitetan i realan sadržaj i prikaz Pule kao turističke destinacije.

Nositelj aktivnosti

Turistička zajednica Grada Pula

Realizacija:

53.358,36 kn

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

Info punkt TZ Pula

Info punkt Pule kvalitetno je obavljao svoju funkciju u vidu informiranja i distribucije materijala kako od TZ Pule, tako i TZ Istarske županije i HTZ-a. Pored navedenih materijala, organizatori raznih manifestacija, usluga i aktivnosti konstantno donose svoje promotivne materijale na info punkt kako bi se gostima pružila kvalitetna informacija. Također se kao priprema ažuriraju sve informacije koje se gostima pružaju (izleti, razne usluge, proizvodi i sl.). S obzirom na i dalje prisutnu pandemiju korona virusa odnosno velikim brojem turista koji su u glavnoj turističkoj sezoni dolazili u grad, info punkt je organiziran prema svim preporukama Stožera civilne zaštite IŽ za uredske zatvorene prostore.

Tijekom ljetne sezone 2021. godine na info punktu radili su četiri informatora te smo u suradnji sa fakultetom Dr. Mijo Mirković u Puli tijekom godine primili 10 studenta na obavljanje stručne prakse. Radno vrijeme informativnog punkta, koji je inače otvoren 365 dana u godini, u 2021. godini je zbog specifične situacije do travnja radio od ponedjeljka do petka, a od travnja do kraja kalendarske godine svaki dan. U maloj dvorani održano je tijekom godine više tiskovnih konferencija i druženja za potrebe TZG Pule, klastera južne Istre, te drugih udruga i sl.

Informatori TZ Pule pokazali su da su dobro upućeni ne samo u sve bitne informacije o svom gradu i regiji već i o cijeloj Hrvatskoj.

Osim informatora, na info punktu radili su po potrebi i ostali djelatnici Turističke zajednice grada Pule.

Troškovi info punkta razrađeni su u posebnoj tablici sa troškovima turističkog ureda.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj info punkta je da putem telefona, maila ili osobno pružiti točnu informaciju i pomoći gostu prilikom planiranja svoga putovanja, boravka ili bilo kojeg problema kako bi mu se olakšalo doći do Pule i boravak u Puli. Uz pružanje svih turističkih informacija info punkt bio je podrška privatnim iznajmljivačima u informiranju svih zakonskih regulativa i obaveza.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica grada Pula

Realizacija:

481.331,00 kn

4.DESTINACIJSKI MENADŽMENT**4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor**

Informacijski sustav e visitor ima niz mogućnosti za praćenje svojih prijava gostiju, zaduženja i sl. Malim iznajmljivačima se šalju upute gdje mogu vidjeti svoja zaduženja i kako isprintati uplatnice.

Također se djelatnici stalno usavršavaju u upravljanju njime a posebno u kreiranju izvještaja i sl.

Ukupno je utrošeno 15.456,29 kn od čega je za poštarinu utrošeno 8.806,80 kn, a za ispomoć i arhivu 6.649,49 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni cilj aktivnosti je da se iznajmljivači educiraju kako koristiti e visitor i pratiti svoja zaduženja što je i postignuto jer ima manje poziva. Također djelatnici samostalno provjeravaju podatke i zaduženja, kreiraju uplatnice i izrađuju izvještaje.

Nositelji aktivnosti i partneri:

HTZ, TZ Istre, TZ Pula

Realoizacija:

15.456,29 kn

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji**4.2.1. Edukacija za iznajmljivače**

Već niz godina klaster Južne Istre zajednički organizira edukaciju za iznajmljivače. Svake se godine odabere aktualne teme i noviteti te angažira predavače. Ove se godine organizirala besplatna on line radionica. Također TZ Pule financira godišnju pretplatu u iznosu od 3.750,00 kn na on line časopis Apartman+ za iznajmljivače kako bi se informirali i bili u trendu sa svojim poslovanjem.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Zainteresirani iznajmljivači imaju dostupne edukacije i informacije i time podižu kvalitetu svoje ponude. Cilj je ostvaren jer je bilo oko stotinjak iznajmljivača na edukaciji, a časopis ih prati oko 500-tinjak.

Nositelji aktivnosti i partneri

TZ Pule, Turističke zajednice klastera južne Istre

Realizacija:

3.750,00 kn

4.2.2. Edukacija za ugostitelje

AZRRI-Agencija za ruralni razvoj Istre, u suradnji s partnerima projekta, organizira cikluse edukacijsko-kuharskih radionica, s ciljem trajne edukacije i usavršavanja ljudskih potencijala ugostiteljsko-turističkog sektora te valorizacije poljoprivredno prehrambenih proizvoda Istre. TZ Pule sufinancira 50% ugostiteljima za jednog polaznika po objektu. Ove godine su se prijavila 4 polaznika te je ukupno utrošeno 1.200 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je podizanje kvalitete kulinarske ponude u Puli s prezentiranjem poljoprivredno prehrambenih proizvoda Istre. U ovoj godini 4 objekta su dobila nova znanja i poboljšala su svoju ponudu.

Nositelji aktivnosti i partneri

AZZRRI, TZ Pula

Realizacija:

1.200 kn

4.2.3. Karantena

U 2021. godini i dalje je vladala epidemija uzrokovana COVID 19 virusom te je bila zahtjevnija za karantenu nego 2020. godine kada su uglavnom dolazili auto gosti. S obzirom da gosti nisu mogli zaraženi u avion te je gostima koji nisu imali sredstva financirana karantena. Uvođenjem u Sloveniji obavezan prelazak sa negativnim testom i cestovnim prijevozom čuvao se određeni kontingent smještaja puno za prazno tri tjedna. Ukupno je za karantenu utrošeno 53.210,15 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Gostima se pružio osjećaj sigurnosti i rješavanje problema, te nije eskalirao problem karantene i negativan dojam.

Nositelji aktivnosti i partneri

TZ Pula, Stožer civilne zaštite

Realizacija:

53.210,15 kn

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

4.3.1. Ekološke akcije i uređenje

Kroz godinu se financiraju ekološke akcije ili promotivne aktivnosti koje osvještavaju građane da svi zajedno moramo čuvati okoliš. U 2021. godini očistila se šumica na Velom vrhu sa trim spravama (5.000,00 kn), a Zajednica tehničke kulture organizirala je EU tjedan mobilnosti kada se promoviraju alternativni načini kretanja bez motorizacije (5.000,00 kn).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je ostvaren jer se u ekološku akciju uključilo i djecu i odrasle te se na taj način osvještavaju, a kroz sve aktivnosti Zajednice tehničke kulture prošao je velik broj sudionika koji se svojim sudjelovanjem također educiraju o ekologiji.

Nositelji aktivnosti i partneri

Zajednica tehničke kulture, TZ Pula

Realizacija:

10.000 kn

4.3.2. Čišćenje podmorja

Turistička zajednica grada Pula u suradnji sa Zajednicom tehničke kulture, Hrvatskim Crvenim križom – gradskim društvom Crvenog križa Pula i Gradom Pula organizirala je 2. listopada 2021. godine ekološku akciju čišćenja podmorja i priobalja. Ove godine akcija je održana na pulskoj plaži Valovine. Ronilački savez Istarske županije koordinirao je čišćenje podmorja uz sudjelovanje 20 – tak ronioca iz više istarskih klubova, dok su volonteri Crvenog križa čistili priobalje. Ove godine prikupljeno je sveukupno oko 10 kubika otpada. Svim učesnicima akcije organizator je osigurao zaštitnu opremu za prikupljanje otpada, majice s logom ekološke akcije, a po završetku organizator je sve učesnike počastio toplim obrokom. Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 3.892,00 kn po sljedećoj strukturi.

- Topli obrok – 3.112,00 kn
- Idejno rješenje majica za čišćenje podmorja i priobalja – 780,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Organizacijom ekološke akcije čišćenja podmorja i priobalja ostvareni su ciljevi uređenja i poboljšanja uvjeta za boravak i kupanje na iznimno posjećenoj pulskoj plaži. Osim toga ekološke akcije osvježuju lokalnu zajednicu na važnost brige o okolišu. Ekološka akcija bila je popraćena od strane lokalnih novina i online portala.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica grada Pula, Zajednica tehničke kulture, Hrvatski Crveni križ – gradsko društvo Crvenog križa Pula i Grad Pula

Realizacija:

3.892,00 kn

4.3.3. Održavanje pješačkih staza

Pješačke staze se konstantno trebaju održavati čistim i prohodnim pa se dvije akcije čišćenja provode na proljeće i jesen u suradnji sa Klubom rekreativaca u prirodi Pula – KRUPP koji organiziraju čišćenja. Ukupna sredstva se prebacuju KRUPP-u koji pokriva troškove održavanja.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je održavati pješačke staze urednima i prohodnima, te time nuditi kvalitetni proizvod za rekreativce i goste željne šetnje što je KRUPP realizirao i u 2021. godini.

Nositelji aktivnosti i partneri

KRUPP i TZ Pula

Realizacija:

10.000 kn

4.3.4. Održavanje biciklističkih staza

TZ Pule nastavlja kontinuirano održavanje svojih biciklističkih staza.

Trošak održavanja je financiranje tjednog obilaska staza, prijavljivanja uništavanja znakova i nečistoća, te rješavanja zaraštenih područja.

Realizaciju projekta u održavanju biciklističkih staza provodimo sa obrtom SEPE te je ukupno utrošeno 22.464,00 Kuna.

Pulaparking je svojom službom sudjelovao u provedbi održavanja biciklističkih staza na način da su po prijavi nepravilnosti na stazi odnosno signalizaciji izlazili na teren i istu sanirali.

Ostvareni cilj aktivnosti:

S obzirom da sve više gostiju dolaze sa svojim biciklom ili ga iznajmljuju u destinaciji jer žele iskusiti ljepotu prirode i baštine na jedan novi, pristupačniji i osobniji način te činjenicom da je Pula uključena i u djelu Mediteranske biciklističke rute EuroVelo8 turistička zajednica grada Pule i dalje će nadgledat biciklističke staze s ciljem sigurnije vožnje i što bolje signalizacije.

Nositelj aktivnosti i partneri:

TZ Pula, Pulaparking

Realizacija:

22.464,00 Kuna

4.3.5. Kontrola utjecaja galebova

I u 2021. godini nastavili smo sa projektom kontrole utjecaja galebova pošto je to dugotrajan proces do rezultata. Veterinarska bolnica Poreč d.o.o. izvršitelj je i nositelj projekta koji je realiziran u četiri sadržajne programske cjeline:

1. Ispitivanje proširenosti populacije galeba klaukavca i monitoring na teritorijalnom području Pule,
 - procjena kolonija galebova i ukupni broj (avionski preleti i fotografiranje kolonija galebova iz zraka),
 - mapiranje staništa galebova i mjesta njihovog okupljanja i hranjenja
 - mapiranje gnijezda galebova (kamera " Dron")

2. Planiranje i provedba mjera smanjenja galeba klaukavca (onemogućavanje prirodne reprodukcije postavljanje umjetnih jaja) na teritorijalnom području projekta:

- nabava lažnih jaja,
- postavljanje lažnih jaja,
- kontrola postavljenih jaja (kamera"Dron"),
- sakupljanje lažnih jaja,
- neškodljivo uklanjanje pravih jaja

3. Provođenje laboratorijsko ispitivanje i predlaganje mjera za zaštitu zdravlja građana iz područja bakteriologije, virusologije i parazitologije:

- ispitivanje na koliformne bakterije (Escherichia coli, Salmonela, Compylobacter, Yersinia),
- ispitivanje na virus ptičje gripe
- ispitivanje na endoparazite i ektoparazite,
- provođenje kontrole zagađenosti rekreacijskih voda i bazena specifičnom koncentracijom fekalnih indikatorskih bakterija.

Hvatanje ptica vrši se na gradskim deponijima gdje je koncentracija galebova vrlo velika i to na način da se hvataju automatskim mrežama pod kontrolom tima hrvatskih ornitologa.

Nakon uzimanja uzoraka ptice se označuju prstenom i puštaju u prirodu.

4. Segment edukacije građana o načinu efikasnog zbrinjavanja otpada i potrebi uklanjanja izvora prekomjerne hrane galebova:

- predavanja
- edukativno-informativni letci
- radio emisije i mediji
- radionice

Na projekt je ukupno utrošeno 43.750,00 kn

U projekt su uključeni Grad Pula, Arena Hospitality Group i Hotel Pula.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ovo je druga godina za redom da se projekt izvodi koji je dugoročan. Da se cilj ostvaruje govori aktivnost građana u dojavama lokacija gnjezda. Za efekte veće treba sačekati još koju godinu.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Grad Pula, TZ Pula, Arena Hospitality Group, Hotel Pula

Realizacija:

43.750 kn

5. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**5.1. Plaće**

Plaće su realizirane u iznosu od 945.475,13 kn što je u okviru planiranoga. Do 5. mjeseca djelatnicima su bile smanjene za 15%, a direktorici do 7. mjeseca za 20%, te su tada vraćene na koeficijente prema pravilniku i ugovorima o radu.

5.2. Materijalni troškovi ureda

Rashodi ureda ukupno iznose 322.542 kn što je za 3% manje od planiranog.

Materijalni izdaci

Materijalni izdaci ostvareni su na nivou planiranoga.

Sredstva ostalih materijalnih izdataka u iznosu od 74.117,97 kn utrošena su:

- 1.654,31 kn – ovlaživači zraka, zemlja za cvijeće, baterije
- 6.066,00 kn - toaleta
- 16.828,07 kn – razni aparati i namještaj za prostor (hladnjak, stalaže, stereo reciver, mirisni difuzor i mirisi, grijalica, kablovi, telefon...)
- 40.007,09 kn – kompjuterska oprema i toneri (jedan kompjuter, dva prinetra, toneri)
- 9.562,50 kn – farbanje totema pula+ i barski stolovi

Izdaci za usluge

Ukupni izdaci za usluge manji su za 4%, zbog neaktiviranja službe za čuvanje imovine i manjeg smanjenja ostalih izdataka.

Usluge održavanja ukupno iznose 39.158,14 kn i odnose se na:

- 31.250 kn čišćenje prostora
- 7.587,25 kn – intervencije na softver kompjutera
- 320,89 kn – servis aparata za gašenje i čišćenje otirača

Sredstva na stručna usavršavanja i literaturu utrošena su:

- 3.659,00 kn pretplata na novine, knjige
- 1.112,50 kn webinar „Najbolje od društvenih mreža u poslovnom svijetu“

Najam prostora

Troškovi najma prostora veći su za 16% od plana jer su se uvrstili ukupni troškovi tj. ne prikazuje se posebno dio koji plaća TZ Istre što je bio slučaj u prijašnjem načinu izvještavanja.

Nematerijalni izdaci

Nematerijalni izdaci manji su za 15%.

Veće promjene su kod stavke osiguranja, bankovnih naknada i troškova za auto koji imaju značajnije promjene u apsolutnim brojkama.

Ostali izdaci

Ostali izdaci iznose 29.318,10 kn i u okvirima su planiranoga i utrošeni kako slijedi:

- 1.920,00 RTV pretplata
- 10.425,84 gorivo i pranje auta
- 3.194,09 higijenske potrpštine - maske, dezificijens...
- 7.194,50 printanje materijala za Skupštinu
- 4.312,50 preseljenje skladišta
- 2.271,17 ostalo - ukrasi bor, 2 grijalice, vijci, naljepnice totem...

5.3. Troškovi kredita

Troškovi kredita (glavnica i kamate) realizirani su na razini plana.

5.4. Tijela turističke zajednice

Izdaci za troškove rada tijela TZ-a ostvareni su na razini planiranoga, a obuhvaćaju ručak skupštine u 12. mjesecu u iznosu od 3.898,00 kn i poklon boce vina za članove skupštine u iznosu od 1.213,50 kn, što je ukupno 5.111,50 kn.

Realizacija:

5.111,50 kn

6. REZERVA

Iz rezerve su financirane sljedeće stavke:

- 10.000,00 kn Turistička zajednica Sisačko-moslavačke županije pomoć stardalima u potresu
- 6.187,50 kn elaborat za uređenje ulaznih vratiju u TZ
- 2.250,00 kn farbanje grafita u Kandlerovoj
- 7.425,03 kn postavljanje kamere kod Veslačkog kluba za Svjetleće divove
- 5.000,00 kn izrada procjene rizika + procjena opasnosti, ispitivanje radnog okoliša, el. instalacija i izrada plana evakuacije, osposobljavanje radnika – prema obvezi zaštite na radu

Realizacija:

30.862,53 kn

7. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Turistička zajednica Grada Pula nema manjka prethodnih godina za pokriti.

8. FONDOVI - posebne namjene

Fond za projekte udruženih turističkih zajednica

Destinacija pet friendly – Prateći trendove sve većeg interesa za kućnim ljubimcima i putovanju sa njima u klasteru južne Istre odlučili smo brendirati taj segment na način da s jedne strane potaknemo pružatelje smještaja da prihvaćaju ljubimce, s druge strane da se uslužne djelatnosti također prilagode ljubimcima (ugostitelji, trgovine i sl.) i s treće strane da se javna infrastruktura nadopuni.

Sa dobivenim sredstvima fonda u iznosu od 178.334,82 kn realizirali su se sljedeći djelovi projekta u ukupnom iznosu 179.296,14 kn:

- Vrećice za izmet pasa brendirane Južna Istra, za djeliti iznajmljivačima i ugostiteljima, 20.000 kom, 16.806,25 kn
- Snimanje i izrada foto i video materijala po mjestima i temama 32.295,43 kn
- Zdjelice za pse brendirane Južna istra, za djeliti iznajmljivačim i ugostiteljima 600 kom 29.462,50 kn
- Vizualni identitet 13.000,00 kn
- Oblikovanje web stranice, domena i tekstovi, održavanje i nadopunjavanje kroz 2 godine 39.175,00 kn
- Dizajn brošure, table za plaže, šalica 11.687,50 kn
- Dizajn i izrada banneri 1.500 kn
- Izrada brošure Pet friendly, 15.000 kom, 29.025,00 kn
- Izrada šalica 100 kom 2.487,50 kn
- Prijevodi 3.133,21 kn
- Domena web stranice Južna Istra 723,75kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

U klasteru se promovirala segmentacija smještaja pet friendly kod malih iznajmljivača te prihvat kod ugostitelja. Na početku projekta koji će se nastavljati dalje imamo registriranih 364 objekta u klasteru Južne Istre. Gostima s ljubimcima pružiti će se informacija sa web stranice, brošure i info punktova gdje su sve usluge i proizvodi za njihove ljubimce.

Nositelj aktivnosti i partneri:

TZ Pula, TZ-ovi klastera

Realizacija:

179.296,14 kn

PRIJENOS U SLJEDEĆU GODINU

Prijenos u slijedeću godinu su sredstva u banci i blagajni na 31.12. a iznose 1.947.439 kn. Puno su veća od planiranoga jer je zadnjeg dana uplaćeno

248.617,59 kn za nautiko što se dijeli na nivou HTZ-a i nemamo nikakav uvid u tijek novca te nismo taj dio niti planirali. Također je od izrade plana uplaćeno više od očekivanog turističke pristojbe jer je bilo plaćanja dugova, ali i više ostvarenih noćenja.

AKTIVNOSTI UREDA

Direktorica i djelatnici ureda svakodnevno su provodili zadatke utvrđene programom rada Zajednice, obavljali stručne i administrativne poslove u vezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice te izradom i izvršavanjem akata tijela Zajednice, obavljali pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, vodili evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice, izrađivali analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice, davali tijelima Zajednice i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice te obavljali druge poslove koje su im odredila tijela Zajednice. Zajedno s knjigovodstvenim birooom Tomaš iz Pule vodilo se računa o financijskim i knjigovodstvenim poslovima Zajednice.

Redovito su se prikupljali i ažurirali podaci o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, raznim manifestacijama i drugim informacijama potrebnim za boravak turista.

Posebna pažnja posvećena je koordinaciji djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude.

Turistički ured i info punkt svakodnevno su pružali informacije malim iznajmljivačima na brojne upite vezano za njihovo poslovanje, obaveze, način rada i prijavu i odjavu gostiju, epidemiološkoj situaciji, i promjena vezanih uz nove zakone i povezanih uz korona virus. Kroz program eVisitor omogućeno je slanje uplatnica za turističku pristojbu, praćenje prijava i odjava gostiju te reagiranje i pomoć u slučaju pogrešaka. U suradnji sa službom javnih prihoda FINA-e, vršene su ispravke i preknjiženja za krivo uplaćena sredstva. Baza podataka u sustavu eVisitor ažurirana je svakodnevno prema pristiglim Rješenjima Upravnog odjela za turizam kako bi im se omogućila prijava i odjava gostiju, dobila jedinstvena evidencija iznajmljivača i podaci o njihovom kapacitetu, broju i vrsti smještajnih jedinica, kontakt podacima i konačnim zaduženjima. Iznajmljivačima je također

pružana pomoć kod obračuna turističke članarine i postupku oko ispunjavanja dokumentacije i obaveza prema Poreznoj upravi. Također su iznajmljivačima poslane obavijesti o novoj visini paušalne turističke pristojbe u 2021. godini te obavijest o zakonskim novostima, te novostima oko smanjenja turističke pristojbe i turističke članarine uzrokovane korona virusom.

Iz sustava eVisitor od ove se godine može vidjeti koji obveznik je što platio, ali još uvijek ne možemo vidjeti njegovu obvezu pa ne možemo znati potraživanja prema turističkoj članarini.

Svi iznajmljivači koji su svojom izjavom potvrdili da žele primati obavijesti o događanjima na području klastera Južne Istre, svakog su četvrtka na svoje e-mail adrese primali tjedni kalendar događanja na četiri jezika (hrvatski, engleski, talijanski i njemački). Kalendar u preglednom formatu mogao se ispisivati te gostima ostaviti u smještajnom objektu kako bi bili upoznati sa trenutnom ponudom organiziranih događaja u gradu i okolici. Brojni iznajmljivači pokazali su interes za primanjem tjednog kalendara i ocijenili su inicijativu korisnom i pragmatičnom.

Jedinstveni online informacijski sustav za prijavu gostiju eVisitor koji je u funkciji od 2016. godine nastavio je s uspješnom primjenom i tijekom 2021. godine. Za omogućavanje direktnog rada u novom sustavu obveznici i objekti se prethodno unose nakon čega se svakome dodjeljuju lozinke, šifre i TAN liste te upoznaje nove iznajmljivače s načinom rada i korištenja sustava. Iznajmljivači koji u početku nisu uspjeli savladati program za prijave dobili su pomoć u Turističkoj zajednici na način da im je omogućen pristup računalu uz edukaciju stručne osobe. Sustav eVisitor povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj i omogućava dnevni uvid u stanje turističkog prometa, ažurnu bazu podataka o smještajnim objektima i pružateljima usluga smještaja, izvještavanje u statističke i marketinške svrhe te bolju kontrolu naplate turističke pristojbe s ciljem ostvarivanja većih prihoda u sektoru turizma. U sustav eVisitor za područje Pule uneseno je 4.324 obveznika koji pružaju usluge smještaja što je 143 obveznika više nego 2020. godine. Ukupno je evidentirano 5.062 objekata što je 194 objekata više otvorenih nego tijekom 2020. godine.

Podaci iz sustava eVisitor dostupni su i koriste za rad Hrvatskoj turističkoj zajednici, Ministarstvu turizma, Ministarstvu unutarnjih poslova, Državnom zavodu za statistiku i Državnom inspektoratu.

Jedanaestu godinu za redom na internet portalu TZ Pule oglašavan je privatni smještaj za koji je odvojen poseban prostor. U sadržaj stranica uključena je ponuda malih iznajmljivača koji su pokazali interes pa je njihov objekt dobio svoj prostor s osnovnim podacima i nekoliko fotografija objekta. Na taj način omogućena je kvalitetnija promocija tog segmenta smještaja i dostupnost širem krugu gostiju. U objavljivanje objekata na www.pulainfo.hr do sada se uključilo 228 iznajmljivača.

U organizaciji turističkih zajednica Klastera Južna Istra, TZ Fažana, TZ Ližnjan, TZ Marčana, TZ Medulin, TZ Pula i TZ Vodnjan, tijekom veljače i ožujka organizirane su online edukacije za privatne iznajmljivače sa sljedećim temama: Turističko poslovanje u uvjetima COVID pandemije, Borba za svakog turista – prednosti direktnih rezervacija, Značaj kvalitetnih fotografija za direktne rezervacije i kako uspješno objaviti privatni smještaj na turističkim portalima, Kako uskočiti u rastući trend dugoročnog najma privatnog smještaja, Digitalno oglašavanje i promocija privatnog smještaja, Olakšajte si poslovanje, kontrolu i upravljanje smještajima.

TZ Pule također je otkupila kolektivnu pretplatu na elektronsko izdanje časopisa „Apartman plus“ u izdanju Savjetovišta koje održava edukacije malim iznajmljivačima i omogućila svojim iznajmljivačima besplatno online preuzimanje časopisa.

Tijekom godine evidentirane su promjene u kapacitetima privatnog smještaja kod kojeg je zabilježen pad pa je u Puli u sezoni 2021. godine bilo aktivno 2.663 iznajmljivača što je 4 % manje nego 2020. godine odnosno 112 domaćinstva manje. Usluge smještaja pružane su u 4.147 smještajne jedinice (245 soba, 2.950 apartmana, 687 studio apartmana i 265 kuća za odmor). U odnosu na prošlu godinu smanjenje ukupnog broja smještajnih jedinica iznosi 3% odnosno 132 smještajne jedinice u privatnom smještaju.

S kapacitetom od 12.296 osnovnih kreveta to je 285 kreveta manje nego protekle godine i smanjenje od 2,2%. Prema vrsti smještaja 10.417 kreveta kategorizirano je u apartmanima i studio apartmanima, 1.421 u kućama za odmor i 458 u sobama.

Povećanje noćenja u privatnom smještaju iznosilo je 56%.

Prosječna popunjenost privatnog smještaja na području TZ Pule u 2021. godini je 56 dana što je povećanje od 62,5% u odnosu na 2020. godinu kada je bilo 35 dana.

Potraživanja po osnovi turističke pristojbe za 2021. godinu su 337.586,74 kn bruto, odnosno 143.617,83 kn neto, dok potraživanja od prethodnih godina iznose 239.718,06 kn bruto, odnosno 101.982,06 kn neto.

Ukupna potraživanja po osnovi turističke pristojbe iznose 577.304,80 kn bruto, odnosno 245.599,89 kn neto.

Potraživanja od 2021. godine su velika s obzirom da Državni inspektorat nije po uputi svojih nadležnih provodio kontrole prema dužnicima dostavljenim od naše strane.

ZAKLJUČAK

Na jesen 2020. godine gledalo se optimistički na 2021. godinu jer se najavljivalo procjepljivanje što je upućivalo da će se već za Uskrs vidjeti prvi rezultati toga kod dolaska gostiju. Međutim epidemija je uzela po zimi maha i nastavilo se na proljeće, a cijepiva su kasnila. Zbog toga je predsezona bila loša i turizam je krenuo sramežljivo u 6. mjesecu, da bi ipak u 7. i 8. buknuo. Upravo ubog te iznenadne velike potražnje sezona je bila jako zahtjevna za sve pružatelje usluga jer nisu bili spremni sa radnom snagom, a kada je krenulo bilo je teško naći istu. Unatoč većim brojkama nakon ljeta nastavio se turizam i nakon 8. mjeseca jer su se s jedne strane gosti procijepili, a sa druge strane sva ta zatvaranja (lock down) dovela su do toga da su ljudi bez obzira na sve putovali jer nisu više željeli biti zatvoreni.

U 2021. godini realiziralo se 1.662.565 noćenja što je 76% više nego 2020. godine. Međutim ako usporedimo 2021. godinu sa ostvarenim noćenjima 2019. godine (2.306.942 noćenja) koja je bila rekordna i zadnja pred epidemiju, onda imamo 28% manje noćenja u 2021. godini. Treba uzeti u obzir da je u 2021. godini naspram 2019. godine oko 2.000 kreveta manje (1.000 kreveta manje malih iznajmljivača, hotel Brioni u renoviranju, mobilne kućice iz Stoje poklonjene na potresom pogođena područja, ali nisu zamjenjene...) što čini ukupan rezultat noćenja još boljim.

Daleko najviše noćenja ostvarili su gosti iz Njemačke (582.378 noćenja) koji su i jedini ostvarili povećanje od 18%, a sljedeći su domaći sa tek 132.400 noćenja. Slijede Austrijanci sa 99.597 noćenja, Slovenci sa 80.241 noćenje, Poljaci sa 77.557 noćenja i Talijani sa 72.130 noćenja.

Ako pogledamo ostvarenje noćenja po kapacitetima možemo vidjeti da su najveći rast noćenja ostvarili gosti u objektima koji su u 2020. godini zbog epidemije imali najveći pad: hosteli (420%) turistička naselja (188%), zatim hoteli (152%), a najmanji rast u komercijalnim objektima imali su plovni objekti (50%), turistički apartmani, sobe i kuće za odmor (75%) i mali iznajmljivači (56%) iz razloga što su ovi objekti najbolje radili u pandemijskoj 2020. godini.

Bez obzirom na epidemiološke mjere Turistička zajednica Grada Pule uz podršku Grada Pula uspjela je organizirati normalno odvijanje koncerata i animacije gladijatora po ulicama i trgovima, te je sa 91 koncertom i 18 animacija uspjela gostima ostaviti dojam „normalne“ ljetne sezone. Nažalost sve veće manifestacije su otkazane osim održanog Pula maratona koji je u manjem obimu (bez maratona) uspješno organiziran.

Osim navedenih ljetnih koncerata, animacija i polumaratona, tijekom godine TZ Pula je sufinancirala održavanje 90-tak manifestacija kulturnog, zabavnog i sportskog karaktera koje su zabavljale goste u Puli. Pored sufinanciranja manifestacija, TZ je organizirala manifestacije i događanja u suradnji sa javnim i privatnim subjektima (Ljetni koncerti i zabava, Ljetni sajam obrtnika, Dođi u grad, Dani ugostitelja...). Sve spomenute manifestacije su kroz sezonu zabavljale goste i domaće građanstvo. Zajedno sa Gradom Pula, trgovcima, ugostiteljima, Udruženjem obrtnika Pula, HGK realizirali smo trgovinske akcije uz organizirani program po trgovima, Dane ugostitelja u 11. mjesecu i sa klasterom edukacije za iznajmljivače.

Pulu ove godine nisu pohodile glazbene i ostale zvijezde jer se u Areni zbog epidemiološke situacije mogao organizirati koncert smanjenog broja posjetitelja, ali se održao Pula Film Festival i Summer Clussic u organizaciji HNK Rijeka. Također se održala i Spectacula Antiqua – borbe gladijatora u Areni.

Sa Pula film festivalom na inicijativu Grada Pula organizirala se u 10. i 11. mjesecu manifestacija Dođi u grad u cilju oživljavanja centra grada i uključivanja ugostitelja iz centra.

Advent u Puli se unatoč epidemiji uspio organizirati na potezu od Giardina do Foruma što je privuklo i građane i goste da se prošetaju gradom, uživaju u hrani i piću kućica, ili zabave djecu u parku Grada Graza i klizalištu.

Verudela Art Park krenuo se navodnjavati te se time park dignuo na višu razinu uređenosti. Parkom se uredila i oplemenila do tada neuređena površina u šetališnoj zoni koja plijeni pažnju i danju i noću.

U 2021. godini, sa novonastalom situacijom epidemije, pokazalo se da je vrlo bitna kvalitetna suradnja svih lokalnih sudionika kako javnih subjekata tako i poduzeća i udruga. Također se pokazalo da je državni aparat spor i da često radi greške radi nepoznavanja činjenica na terenu i nekonzultiranja lokalnih turističkih zajednica, zbog čega nam je i 2021. godina bila još izazovnija.

Ove godine su djelatnici Turističke zajednice grada Pule, uložili maksimalni napor i radili također u smjenama cijelu sezonu uz manji broj sezonaca, raspoređeni na razne poslove, kako bi se maksimalno pružile informacije iznajmljivačima, gostima i ostalim subjektima povezano za korona virus, ali i za ostale tražene informacije.

		PRIHODI	Plan za 2021. kn	Rebalans za 2021. kn	Rebalans I za 2021. kn	Realizacija 2021.	Udio % u realizaciji	Indeks relaizac./rebalans I
1.		Izvorni prihodi	5.200.000	5.200.000	6.150.000	6.342.159	73,67	103,12
1.1.		Turistička pristojba	3.500.000	3.500.000	4.750.000	4.962.986	57,65	104,48
1.2.		Članarina	1.700.000	1.700.000	1.400.000	1.379.173	16,02	98,51
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	200.000	200.000	391.000	390.000	4,53	99,74
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	200.000	200.000	200.000	206.950	2,40	103,48
4.		Prihodi iz EU fondova	310.000	310.000	0	170.000	1,97	0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	20.000	20.000	0	0	0,00	0,00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	689.696	1.492.244	1.492.244	1.492.244	17,33	100,00
7.		Ostali prihodi	15.000	15.000	15.000	7.402	0,09	49,35
		SVEUKUPNO	6.634.696	7.437.244	8.248.244	8.608.755	100,00	104,37
		AKTIVNOSTI						
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	52.500	52.500	35.500	35.500	0,53	100,00
1.1.		Izrada Strateškog i operativnog plana klastera južne Istre	22.500	22.500	25.500	25.500	0,38	100,00
1.2.		Istraživanje i analiza tržišta	20.000	20.000	0	0	0,00	0,00
1.3.		Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	10.000	10.000	10.000	10.000	0,15	100,00

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. kn	Rebalans za 2021. kn	Rebalans I za 2021. kn	Realizacija 2021.	Udio % u realizaciji	Indeks reliazac./ rebalans I
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	2.302.000	2.252.000	2.337.820	2.347.434	35,24	100,41
2.1.		Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	675.000	675.000	550.000	560.955	8,42	101,99
	2.1.1.	Klasterski projekti kandidirani na Fond za projekte udruženih TZ-a	50.000	50.000	50.000	50.113	0,75	100,23
	2.1.2.	Pula gradski đir	35.000	35.000	25.000	25.182	0,38	100,73
	2.1.3.	EU Projekt: Pulski fortifikacijski sustav kao novi turistički proizvod	300.000	300.000	150.000	156.878	2,36	104,59
	2.1.4.	EU Projekt: Konzervacija i rekonstrukcija Malog rimskog kazališta – Pula	30.000	30.000	0	0	0,00	0,00
	2.1.5.	Gladijatorska škola	10.000	10.000	10.000	10.000	0,15	100,00
	2.1.6.	Svjetleći divovi - dizalice	230.000	230.000	240.000	240.440	3,61	100,18
	2.1.7.	Verudela Art Park	20.000	20.000	75.000	78.342	1,18	104,46
2.2.		Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	20.000	20.000	20.000	15.000	0,23	75,00
	2.2.1.	Pula - grad prijatelj životinja	20.000	20.000	20.000	15.000	0,23	75,00
2.3.		Podrška razvoju turističkih događanja	1.570.000	1.520.000	1.732.500	1.734.967	26,05	100,14
	2.3.1.	Visualia	300.000	300.000	212.500	212.500	3,19	100,00
	2.3.2.	20. Dani antike - Pula Superiorum	100.000	100.000	0	0	0,00	0,00
	2.3.3.	Pula pleše	50.000	50.000	0	0	0,00	0,00
	2.3.4.	Koncerti i zabava po ulicama i trgovima	300.000	300.000	300.000	303.201	4,55	101,07
	2.3.5.	Manifestacije na usponu De Ville	30.000	30.000	0	0	0,00	0,00
	2.3.6.	Blooms day	10.000	10.000	0	0	0,00	0,00
	2.3.7.	Pulski karneval	50.000	0	0	0	0,00	0,00

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. kn	Rebalans za 2021. kn	Rebalans I za 2021. kn	Realizacija 2021.	Udio % u realizaciji	Indeks realizac./rebalans I
	2.3.8.	Advent	50.000	50.000	150.000	150.000	2,25	100,00
	2.3.9.	Pula maraton	100.000	100.000	60.000	61.293	0,92	102,16
	2.3.10.	Dodji u grad	0	0	190.000	193.460	2,90	101,82
	2.3.11.	Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata	530.000	530.000	770.000	767.542	11,52	99,68
	2.3.12.	Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata oko Nove godine	50.000	50.000	50.000	46.971	0,71	93,94
2.4.		Podrška turističkoj industriji	37.000	37.000	35.320	36.512	0,55	103,37
	2.4.1.	Gastro projekti i edukacije	5.000	5.000	6.000	5.947	0,09	99,12
	2.4.2.	Ljetni sajam obrtnika	5.000	5.000	4.320	4.319	0,06	99,98
	2.4.3.	Dani trgovina	25.000	25.000	25.000	26.246	0,39	104,98
	2.4.4.	Organizirani bike obilasci	2.000	2.000	0	0	0,00	0,00
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	2.241.809	2.241.809	2.261.559	2.199.874	33,02	97,27
3.1.		Definiranje branding sustava i brend arhitekture	10.000	10.000	6.600	6.588	0,10	99,82
	3.1.1.	Glazba koja prezentira i promovira Pulu kao destinaciju	10.000	10.000	6.600	6.588	0,10	99,82
3.2.		Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	810.000	810.000	790.000	762.325	11,44	96,50
	3.2.1.	Online promocija Klastera južna Istra	10.000	10.000	10.000	10.000	0,15	100,00
	3.2.2.	Promocija Start	200.000	200.000	180.000	178.850	2,68	99,36
	3.2.3.	Oglašavanje destinacije	600.000	600.000	600.000	573.475	8,61	95,58
3.3.		Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	110.000	110.000	125.000	122.445	1,84	97,96
	3.3.1.	Prihvat predstavnika medija	30.000	30.000	45.000	40.068	0,60	89,04
	3.3.2.	Domaći PR	30.000	30.000	30.000	21.837	0,33	72,79
	3.3.3.	Globalni PR	50.000	50.000	50.000	60.540	0,91	121,08

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. kn	Rebalans za 2021. kn	Rebalans I za 2021. kn	Realizacija 2021.	Udio % u realizaciji	Indeks reliazac./rebalans I
3.4.		Marketinške i poslovne suradnje	500.000	500.000	500.000	480.964	7,22	96,19
	3.4.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama turističke industrije	250.000	250.000	250.000	230.329	3,46	92,13
	3.4.2.	Strateški marketing plan Istre	250.000	250.000	250.000	250.635	3,76	100,25
3.5.		Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	40.000	40.000	20.000	19.147	0,29	95,74
	3.5.1.	Zlatna penkala	20.000	20.000	20.000	19.147	0,29	95,74
	3.5.2.	Prezentacije	10.000	10.000	0	0	0,00	0,00
	3.5.3.	Sajmovi	10.000	10.000	0	0	0,00	0,00
3.6.		Suradnja s organizatorima putovanja	10.000	10.000	16.000	15.758	0,24	98,49
3.7.		Kreiranje promotivnog materijala	215.500	215.500	131.000	115.579	1,74	88,23
	3.7.1.	Blok plan grada	50.000	50.000	0	0	0,00	0,00
	3.7.2.	Mali plan grada za grupe	12.500	12.500	12.500	12.500	0,19	100,00
	3.7.3.	Brošura manifestacija	30.000	30.000	0	0	0,00	0,00
	3.7.4.	Kulturni punktovi	5.000	5.000	5.000	5.000	0,08	100,00
	3.7.5.	Bike staze	10.000	10.000	5.500	5.479	0,08	99,62
	3.7.6.	Ostali tiskani materijal	10.000	10.000	10.000	9.114	0,14	91,14
	3.7.7.	Produkcija online i offline promo materijala	90.000	90.000	90.000	76.454	1,15	84,95
	3.7.8.	Vrećice	3.000	3.000	3.000	3.094	0,05	103,13
	3.7.9.	Ostali promo materijal	5.000	5.000	5.000	3.938	0,06	78,76
3.8.		Internetske stranice	60.000	60.000	137.500	142.379	2,14	103,55
	3.8.1.	Razvoj i održavanje Internet stranica	50.000	50.000	80.000	84.879	1,27	106,10
	3.8.2.	Snimanje za Google street view	10.000	10.000	57.500	57.500	0,86	100,00
3.9.		Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	60.000	60.000	60.000	53.358	0,80	88,93
3.10.		Turističko-informativne aktivnosti	426.309	426.309	475.459	481.331	7,23	101,24

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. kn	Rebalans za 2021. kn	Rebalans I za 2021. kn	Realizacija 2021.	Udio % u realizaciji	Indeks rebalans./realizac./ rebalans I
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	70.000	115.000	167.750	163.722	2,46	97,60
4.1.		Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	15.000	15.000	15.000	15.456	0,23	103,04
4.2.		Upravljanje kvalitetom u destinaciji	6.000	6.000	58.750	58.160	0,87	99,00
	4.2.1.	Edukacija za iznajmljivače	1.000	1.000	3.750	3.750	0,06	100,00
	4.2.2.	Edukacija za ugostitelje	5.000	5.000	5.000	1.200	0,02	24,00
	4.2.3.	Karantena	0	0	50.000	53.210	0,80	106,42
4.3.		Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	49.000	94.000	94.000	90.106	1,35	95,86
	4.3.1.	Ekološke akcije i uređenje	10.000	10.000	10.000	10.000	0,15	100,00
	4.3.2.	Čišćenje podmorja	5.000	5.000	5.000	3.892	0,06	77,84
	4.3.3.	Održavanje pješačkih staza	10.000	10.000	10.000	10.000	0,15	100,00
	4.3.4.	Održavanje biciklističkih staza	24.000	24.000	24.000	22.464	0,34	93,60
	4.3.5.	Kontrola utjecaja galebova		45.000	45.000	43.750	0,66	97,22
5.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	1.296.999	1.726.999	1.725.849	1.704.627	25,59	98,77
5.1.		Plaće	957.000	957.000	957.000	945.475	14,19	98,80
5.2.		Materijalni troškovi ureda	334.999	334.999	332.349	322.542	4,84	97,05
5.3.		Troškovi kredita		430.000	431.500	431.498	6,48	100,00
	5.3.1.	Glavnica kredita		400.000	396.400	396.400	5,95	100,00
	5.3.2.	Kamate kredita		30.000	35.100	35.098	0,53	99,99
5.4.		Tijela turističke zajednice	5.000	5.000	5.000	5.112	0,08	102,24
6.		REZERVA	331.735	371.862	50.000	30.863	0,46	61,73
7.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0	0	0,00	0,00
		SVEUKUPNO 1	6.295.043	6.760.170	6.578.478	6.482.020	97,31	98,53

	AKTIVNOSTI	Plan za 2021. kn	Rebalans za 2021. kn	Rebalans I za 2021. kn	Realizacija 2021.	Udio % u realizaciji	Indeks relaizac./rebalans I
8.	FONDOVI - posebne namjene	200.000	200.000	178.335	179.296	2,69	100,54
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	200.000	200.000	178.335	179.296	2,69	100,54
	SVEUKUPNO 2	200.000	200.000	178.335	179.296	2,69	100,54
	TOTAL	6.495.043	6.960.170	6.756.813	6.661.316	100,00	98,59
	PRIJENOS U SLJEDEĆU GODINU	139.653	477.074	1.491.431	1.947.439		130,58

RB	Rashodi Ureda (TU) i info centra (TIC)	TU		TIC		Realizacija 2021.		Rebalans I		Udio % u realizaciji		Indeks realizacija/rebalans I
		kn	kn	kn	kn	kn	kn	kn	kn			
1.	Materijalni izdaci	33.904	50.855	84.759	85.000	15,14	99,72					
1.1.	Uredski materijal	4.256	6.385	10.641	10.000	1,90	106,41					
1.2.	Ostali materijalni izdaci	29.647	44.471	74.118	75.000	13,24	98,82					
2.	Izdaci za usluge	161.372	71.748	230.621	241.150	41,19	95,63					
2.1.	Usluge HT-a	9.619	14.428	24.047	22.000	4,29	109,30					
2.2.	Usluge pošte	7.971	0	7.971	9.000	1,42	88,57					
2.3.	Najam skladišta	12.538	0	12.538	15.000	2,24	83,59					
2.4.	Usluge održavanja (čišćenje i servis)	11.747	27.411	39.158	45.000	6,99	87,02					
2.5.	Usluge HEP-a	8.928	20.832	29.760	30.000	5,31	99,20					
2.6.	Knjigovodstvene usluge	59.500	2.500	59.500	62.000	10,63	95,97					
2.7.	Odvjetničke usluge	20.750	0	20.750	19.500	3,71	106,41					
2.8.	Komunalne usluge	1.388	3.237	4.625	5.400	0,83	85,65					
2.9.	Čuvanje imovine	0	0	0	4.500	0,00	0,00					
2.10.	Stručna usavršavanja i literatura	1.432	3.340	4.772	5.000	0,85	95,44					
2.11.	Revizija	27.500	0	27.500	23.750	4,91	115,79					
3.	Najam prostora	39.427	91.997	131.424	113.000	23,47	116,30					
4.	Nematerijalni izdaci	80.509	3.317	83.826	99.158	14,97	84,54					
4.1.	Dnevnice i putni izdaci	7.584	0	7.584	10.000	1,35	75,84					
4.2.	Reprezentacija	10.898	0	10.898	10.000	1,95	108,98					
4.3.	Osiguranje prostora	3.317	3.317	6.634	9.158	1,18	72,44					
4.4.	Bankovne naknade	15.791	0	15.791	24.000	2,82	65,80					
4.5.	Auto leasing - osiguranje	42.919	0	42.919	46.000	7,66	93,30					

RB	Rashodi Ureda (TU) i info centra (TIC)	TU	TIC	Realizacija 2021.	Rebalans I	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans I
5.	Ostali izdaci	7.330	21.988	29.318	30.000	5,24	97,73
	UKUPNO	322.542	239.905	559.948	568.308	100,00	98,53
	Plaće info punkta		241.426		240.000		
	Ukupno info punkt:		481.331		475.459		101,24