



REPUBLIKA HRVATSKA



**ISTARSKA ŽUPANIJA
REGIONE ISTRIANA**

**ŽUPAN
PRESIDENTE**

KLASA/CLASSE: 334-01/25-02/38
URBROJ/N:PROT: 2163-10/3-25-5
Pula – Pola, 24. listopada 2025.

SKUPŠTINA ISTARSKE ŽUPANIJE
n/p predsjednika mr.sc. Valtera Flega
Dršćevka 3
52 000 Pazin

**PREDMET: PRIJEDLOG ODLUKE O IZVJEŠĆU UPRAVE O STANJU DRUŠTVA
ISTARSKE RAZVOJNE TURISTIČKE AGENCIJE IRTA d.o.o. U 2024.
GODINI**

Na temelju članka 65. i 85. Statuta Istarske županije ("Službene novine Istarske županije", br. 10/09, 4/13, 16/16, 2/17, 2/18, 10/20, 6/21, 20/22 – pročišćeni tekst i 12/25), župan Istarske županije dana 24. listopada 2025. godine donosi

ZAKLJUČAK

1. Prima se na znanje Izvješće uprave o stanju društva Istarska razvojna turistička agencija IRTA d.o.o. u 2024. godini
2. Akt iz točke 1. ovog Zaključka sastavni je dio istog, te se upućuje Skupštini Istarske županije na razmatranje i usvajanje.
3. Za izvjestiteljicu po točki 1., a vezano za točku 2. ovog Zaključka određuje se Slavica Tobok Kandić, direktorica Istarske razvojne turističke agencija d.o.o.
4. Ovaj Zaključak stupa na snagu danom donošenja.

ŽUPAN
Boris Miletić

Na temelju članka 43. i 84. Statuta Istarske županije ("Službene novine Istarske županije", br. 10/09, 4/13, 16/16, 2/17, 2/18, 10/20, 6/21 i 20/22 – pročišćeni tekst), Skupština Istarske županije na sjednici održanoj dana _____ 2025. godine, donosi

ODLUKU
o Izvješću uprave o stanju društva
Istarska razvojna turistička agencija – IRTA d.o.o. u 2024. godini

Članak 1.

Ovom Odlukom prima se na znanje Izvješće uprave o stanju društva Istarska razvojna turistička agencija – IRTA d.o.o. u 2024. godini

Članak 2.

Akt iz točke 1. ove Odluke sastavni je dio iste.

Članak 3.

Ova Odluka stupa na snagu prvog dana od dana objave u "Službenim novinama Istarske županije" te će se objaviti na mrežnim stranicama Istarske županije.

KLASA:
URBROJ:
Pazin,

REPUBLIKA HRVATSKA
SKUPŠTINA ISTARSKE ŽUPANIJE

Predsjednik
mr.sc. Valter Flego

DOSTAVITI:

1. Županu Istarske županije
2. Upravnom odjelu za turizam Istarske županije
3. Istarskoj razvojnoj turističkoj agenciji – IRTA d.o.o.
4. Objava
5. Pismohrana, ovdje



Skeniranjem ovog QR koda, sustav će vas preusmjeriti na stranice izvornika ovog dokumenta, kako biste mogli provjeriti njegovu autentičnost i vjerodostojnost.

Dokument je elektronički potpisan sukladno uredbi (EU) broj 910/2014.

Potpisnik: Boris Miletić, Istarska županija - Regione Istriana

Datum: 24.10.2025 20:49:51

Certifikat: 67216a2d4e92e222000000005fc7f0ce

Izdavatelj: CN=Fina RDC 2020; O=Financijska agencija; C=HR

Hash: SHA256 RSA



Ai sensi degli artt. 43 e 84 dello Statuto della Regione Istriana ("Bollettino ufficiale della Regione Istriana" nn. 10/09, 4/13, 16/16, 1/17, 2/17, 2/18, 10/20, 6/21 e 20/22-testo consolidato), l'Assemblea della Regione Istriana, alla seduta del _____ 2025 adotta la

DELIBERA
sulla Relazione della direzione sullo stato della società
Istarska razvojna turistička agencija – IRTA d.o.o. u 2024. godini

Articolo 1

Con la presente Delibera si prende atto della Relazione sullo stato della società Istarska razvojna turistička agencija – IRTA d.o.o. nel 2024.

Articolo 2

L'atto di cui al punto 1 della presente Delibera è parte integrante della stessa.

Articolo 3

La presente Delibera entra in vigore il primo giorno della sua pubblicazione sul „Bollettino ufficiale della Regione Istriana“, sarà pubblicata sul sito internet della Regione Istriana.

CLASSE: 334-01/25-02/38

N.PROT.:

Pisino, 24/10/2025

REPUBBLICA DI CROAZIA
ASSEMBLEA DELLA REGIONE ISTRIANA

Il Presidente:
mr.sc. Valter Flego

IZVJEŠĆE UPRAVE O STANJU DRUŠTVA

1. 1. 2024. – 31. 12. 2024.

IRTA d.o.o.

UVOD

Istarska razvojna turistička agencija – IRTA d.o.o. osnovana je 2003. godine, a s aktivnim djelovanjem započinje 2009., kada se uz Istarsku županiju vlasničkoj strukturi pridružuju i vodeći istarski hotelijeri. Prvotni cilj bio je uspostava središnjeg booking sustava smještaja te kontakt centra za informiranje posjetitelja, a kroz godine agencija je prerasla u ključnog operativnog partnera Istarske županije u razvoju turističkog sektora.

U vlasničkoj strukturi IRTA-e **javnom sektoru** pripada **46,3 %** udjela (Istarska županija), dok **privatni sektor** drži **53,7 %** udjela, koje čine vodeće hotelske kuće: **Plava Laguna (20,37 %)**, **Valamar Riviera (12,96 %)**, **Maistra Hospitality Group (12,96 %)**, **Aminess Hotels & Campsites (3,7 %)** i **Arena Hospitality Group (3,7 %)**. Rad Društva nadzire Nadzorni odbor i Skupština.

IRTA danas djeluje kroz tri temeljna odjela – E-marketing, kulturno doživljajni turizam (projekt Istra Inspirit) te Istra Bike & Outdoor čije aktivnosti obuhvaćaju digitalnu promociju i inovacije, razvoj autentičnih turističkih doživljaja te unaprjeđenje aktivnog turizma i infrastrukture na destinaciji.

Misija IRTA-e je biti predvodnik razvoja održivih turističkih proizvoda u Istri, realizirati projekte visoke kvalitete te poticati izvrsnost uz povjerenje dionika. Vizija agencije usmjerena je na kreiranje Istre kao turističke destinacije izvrsnosti kroz strateško upravljanje, umrežavanje i suradnju s javnim i privatnim sektorom.

1. ODJEL E-MARKETINGA

Program rada Odjela e-marketinga, koji obuhvaća **upravljanje internet stranicama glavnog destinacijskog web portala istra.hr/com i kontakt centrom**, realiziran je u suradnji s Turističkom zajednicom Istarske županije (TZIŽ), a ugovor iznosi 49.000,00 eura + PDV. Na temelju uspješnih aktivnosti prethodnih godina, IRTA nastavlja upravljati destinacijskim web portalom www.istra.com u dijelu održavanja i uređivanja sadržaja te vođenja Kontakt centra Istre, koji pruža relevantne informacije o destinaciji putem telefona i e-pošte.

Ključne aktivnosti u 2024. godini uključivale su rad na portalu istra.com, optimizaciju sadržaja i newsletter kampanje s ciljem informiranja posjetitelja, povećanja broja inozemnih posjeta i organskog prometa te kontinuiranog rada na vidljivosti i učinkovitosti stranica.

To Do in Istria – razvojni projekt IRTA-e pokrenut 2023. godine, **predstavlja prvi centralni rezervacijski sustav na razini destinacije** u Hrvatskoj, koji omogućuje online rezervaciju i kupnju tura, atrakcija, doživljaja i izleta. Tehnička izrada platforme završena je u travnju 2023., a službeno je predstavljena u srpnju 2023.

Tijekom 2024. nastavljeno je upravljanje stranicom i rezervacijama, tehnički razvoj, suradnja s lokalnim pružateljima usluga te objava novih doživljaja. Provedena je i temeljna analiza poslovanja platforme s definiranjem prioriteta i daljnjih koraka razvoja za 2025. godinu.

Ciljevi

Tijekom **2024.** fokus je na pozicioniranju web stranice www.istra.com kao centralnog mjesta inspiracije u fazi planiranja putovanja te kao informativnog vodiča za posjetitelje u destinaciji. Cilj je osigurati **standardizirane i kvalitetne sadržaje** na razini regije i lokalnih zajednica, a sve aktivnosti usmjerene su na sljedeće strateške ciljeve:

- **Povećanje prometa:** rast broja korisnika, posebno inozemnih posjetitelja i organskog prometa,
- **Poboljšanje korisničkog iskustva:** stvaranje pozitivnog iskustva kako bi se korisnici vraćali i web postao relevantno mjesto informacija i inspiracije,
- **Poboljšanje SEO-a:** kontinuirana optimizacija za bolje pozicioniranje na Googleu i veći organski promet,
- **Razvoj novih funkcionalnosti:** planiranje dodatnih funkcija i usluga radi privlačenja novih i poboljšanja iskustva postojećih korisnika,
- **Informiranje posjetitelja:** redovita komunikacija s pružateljima usluga (smještaj, atrakcije, muzeji itd.) o promjenama radnog vremena, cijena i ostalih važnih informacija,

- **Strategija Newslettera:** informiranje i inspiriranje korisnika te poticanje dolaska u destinaciju,
- **Povećanje angažmana na društvenim mrežama:** jače povezivanje weba i društvenih mreža radi širenja sadržaja i poticanja interakcije.

Ključne aktivnosti u 2024. godini

✓ Slideri, Iskustveni i TOP 10 tekstovi

Početna stranica portala donosi aktualne novosti i obavijesti kroz vizualni slider, vijesti i mozaik zanimljivih priča o doživljajima u Istri. Slideri, smješteni na vrhu portala, ističu ključne teme i komunikacijske ciljeve definirane Master planom razvoja turizma te strateške suradnje s partnerima TZIŽ poput Mastercarda, Lonely Planeta i Virtuosa, kao i važna događanja poput Svjetskog dana turizma.

Uz slidere koji se ažuriraju mjesečno, naslovnica sadrži Iskustvene i TOP 10 tekstove – inspirativne članke koji predstavljaju nove sadržaje, prirodne i kulturne znamenitosti te gastronomsku ponudu. Organizirani su prema šest glavnih tema: Sunce i more, Zelena Istra, Kultura, Gourmet, Sport i outdoor, Zdravlje i Ljepota, a redoslijed prikaza mijenja se pri svakom učitavanju stranice radi veće dostupnosti sadržaja.

Svi sadržaji nastoje pobuditi emocije kroz storytelling, uz vizualno atraktivne fotogalerije i video materijale, te su personalizirani prema ciljanim skupinama. Tekstovi se prevode na engleski, talijanski i njemački jezik, kreiraju se unutar IRTA-e, uključujući obradu vizuala, i optimizirani su za prikaz na svim uređajima.

✓ Top News i Priopćenja

Kategorija Top News (Vijesti) na naslovnici portala donosi najvažnije novosti i zanimljivosti – atraktivne članke iz svjetskih medija o Istri, najave događanja te informacije o osvojenim nagradama. Objavljuju se i ključne informacije o radu Turističke zajednice, koje potiču daljnje istraživanje destinacije.

Vijesti se redovito nadopunjuju važnim obavijestima, uključujući upozorenja na vremenske nepogode, posebne prometne regulacije te savjete za zaštitu od požara, vrućina i sigurnosti djece.

Sve vijesti koje doprinose promociji destinacije prevode se na engleski, talijanski i njemački jezik, te se obogaćuju odgovarajućim fotografijama i promotivnim materijalima radi dodatne vizualne i informativne vrijednosti.

✓ **Ažuriranje sadržaja na web portalu: atrakcije i aktivnosti, planiranje putovanja, nautika, vjenčanja, savjeti za turiste, događanja, brošure, nagrada Zlatna koza-Capra d'oro**

Tijekom godine provodi se redovita provjera i ažuriranje svih informacija na portalu Istra.com kako bi sadržaj bio aktualan i pouzdan. Informacije o atrakcijama i aktivnostima ažurirane su više puta godišnje, uključujući provjere za proljetnu, ljetnu, jesensku i zimsku sezonu. Posebno su osvježeni podaci u kategorijama Sunce i more, Zelena Istra, Kultura, Sport i outdoor (90+ subjekata) te Zdravlje i ljepota (50 objekata).

U segmentu vjenčanja nastavljene su aktivnosti na pozicioniranju Istre kao wedding destinacije kroz nadogradnju stranice www.istria-weddings.com

i dodavanje novih ponuđača. Objavljeni su i članci o otvorenim smještajnim objektima tijekom glavnih sezonskih razdoblja (Uskrs, 1. svibnja, advent). Nadopunjeni su podaci o privatnom smještaju (Bike&Bed, EcoDomus) te informacije za planiranje putovanja i nautički turizam – uključujući marine, dolaske morskim putem, pristojbe i savjete za nautičare.

Kalendar događanja redovito se nadopunjava, s intenzivnim unosima od proljeća do jeseni i tijekom adventa. Do kraja godine zabilježeno je 1.610 manifestacija, a najvažnija događanja dodatno su promovirana kroz newslettere.

Tiskane brošure za promociju destinacije objavljene su i u digitalnom obliku, uključujući i publikacije lokalnih TZ-a. Posebno su popularne biciklističke karte s detaljnim informacijama o stazama.

U 2024. objavljen je poziv za godišnju nagradu Zlatna koza – Capra d’oro za postignuća u marketingu i promociji Istre. Poziv se objavljuje 27. rujna na Svjetski dan turizma, a nakon zaprimanja prijava izrađena je posebna stranica s opisima projekata, prezentacijama, video materijalima i poveznicama. Na kraju su objavljeni dobitnici nagrade uz fotogaleriju svečane dodjele.

✓ Noviteti

Tijekom godine provedene su brojne analize i benchmark usporedbe radi kontinuiranog unapređenja portala, optimizacije prikaza na različitim uređajima i poboljšanja korisničkog iskustva. Nadograđen je i CMS sustav kako bi se olakšalo upravljanje sadržajem i omogućio učinkovitiji urednički rad. Uz tehnička poboljšanja, kreirana je nova stranica Luxury Concierge Services, dodan segment posvećen strateškim partnerima TZIŽ-a, nastavljena suradnja s Mastercardom, a izmjene su uvedene i u kategoriji Gourmet.

Luxury Concierge Services i strateški partneri TZIŽ-a

Nova kategorija predstavlja luksuzne usluge poput Helifly Istria (helikopterski obilasci) i Bel Istria (tailor-made aranžmani). Poseban segment posvećen je strateškim partnerstvima TZIŽ-a, s člancima o partnerima kao što su FC Bayern München, EHF Champions League, Mastercard, Virtuoso i Baskonia.

Mastercard

U sklopu dugogodišnje suradnje pokrenuta je marketinška kampanja na tržištima Njemačke, Nizozemske i Češke radi produljenja turističke sezone i promocije istarskih doživljaja. Kreirana je posebna odredišna stranica projekta i mini portal u pet jezičnih varijanti (hrvatski, engleski, njemački, nizozemski, češki).

Gourmet

Kategorija je nadopunjena izmjenama korisničkog sučelja (UI) i pretraživanja, uz provjeru i ažuriranje informacija za vinare i maslinare. Otvorena je nova kategorija Istarske rakije, s blog člankom, fotografijama, popisom destilerija i prijevodima, čime se najavljuje razvoj ovog proizvoda u narednoj godini.

✓ Strukture podataka i SEO aktivnosti

Tehničke izmjene u administraciji i izmjena UI-a u kalendaru događanja

Analize i unaprjeđenja CMS sustava bile su ključne za optimizaciju uredničkog rada. Tijekom izvještajnog razdoblja provedene su tehničke izmjene u korisničkim sučeljima kategorija smještaja i gastronomije, poboljšana je funkcionalnost galerije slika te olakšan rad s multimedijom.

Kreirane su nove baze za gourmet proizvode, subjekte i atrakcije radi objedinjavanja postojećih struktura u funkcionalnu cjelinu koja omogućuje unos novih sadržaja bez otvaranja dodatnih baza. Implementacija novog sustava planirana je u prvom dijelu 2025. Započete su izmjene u administraciji atrakcija, koje će se provoditi fazno zbog velikog broja sadržaja, a prikaz servisa poput lokalnih TZ-a, hotelskih kuća, E-Bike, E-Cars i ronilačkih centara učinjen je pristupačnijim posjetiteljima.

Također je započeta izmjena korisničkog sučelja kalendara događanja s ciljem poboljšanja navigacije, prikaza liste i detalja evenata, čime se unaprjeđuje korisničko iskustvo.

Izveštaj o SEO aktivnostima

Početkom godine započela je implementacija novih SEO aktivnosti radi veće vidljivosti mrežne stranice i učinkovitijih Google kampanja. SEO optimizacija je kontinuiran proces prilagodbe sadržaja i tehničkih elemenata za bolje rangiranje, veći broj relevantnih posjeta i unaprjeđenje rezultata.

U suradnji s tvrtkom KG Media i programerskim timom provedene su sljedeće aktivnosti:

- **Kompletna SEO analiza s preporukama:** izrađen detaljan SEO izvještaj koji uključuje procjenu tehničkih aspekata stranice, analizu ključnih riječi, konkurencije i prijedloge poboljšanja,

- **Looker Studio izvještaji:** razvijeni prilagođeni izvještaji za praćenje ključnih metrika kampanja – doseg, klikovi, konverzije i povrat ulaganja,
- **Google Analytics 4 izvještaji:** postavljeni personalizirani izvještaji za praćenje posjeta, ponašanja korisnika i izvora prometa,
- **UTM linkovi za Mastercard & Istra kampanju:** omogućeno precizno praćenje izvora posjetitelja, sadržaja i interakcija,
- **Google Ads Remarketing Tag:** implementiran za ciljanje korisnika koji su već posjetili stranicu i povećanje konverzija,
- **Consent Mode:** uveden radi usklađenosti s GDPR-om i optimiziranog prikupljanja podataka u skladu s korisničkim preferencijama.

✓ Suradnja s hotelijerima i lokalnim turističkim zajednicama

Suradnja s hotelijerima i lokalnim TZ-ima na ažuriranju i kreiranju novog sadržaja za web portal odvijala se gotovo tjedno, posebno za potrebe Kontakt centra Istre. Tijekom godine revidirani su sadržaji uvodnih stranica lokalnih TZ-a, izrađeni novi inspirativni materijali za itinerere i wellness usluge, te dopunjene informacije o otvaranju smještajnih objekata.

U adresaru lokalnih TZ-a redovito su ažurirani podaci o radnom vremenu i poveznice na njihove profile na društvenim mrežama.

✓ Newsletter

Kroz **newsletter kampanje** informiramo i inspiriramo posjetitelje te ih potičemo na dolazak u destinaciju. Strategija prikupljanja i segmentiranja korisničke baze doprinijela je rastu pretplatnika, koji sada prelaze **8.000**. Redovitim slanjem pružaju se relevantne i personalizirane informacije, čime se povećava **angažiranost korisnika**.

U izvještajnom razdoblju poslane su **tri kampanje**:

- **Istra Gourmet: Bogatstvo eno-gastronomske ponude** – posebno izdanje posvećeno gourmet ponudi, s informacijama o "gourmet spotsima", pivskoj sceni i novom izdanju vodiča.
- **Skrivena blaga Istre** – poticaj za jesenska putovanja s fokusom na gastronomska događanja i outdoor aktivnosti.
- **Dragulji Istre u blagdanskom ruhu** – ideje za vikend itinerere, adventska događanja i zimski posjet Istri.

Kampanjama je promovirana **raznolikost destinacije** i Istra predstavljena kao **cjelogodišnja destinacija** usmjerena na održivost i autentične doživljaje.

✓ **Pregled posjećenosti destinacijskog portala (detaljno statističko praćenje i grafički prikazi Google analytics)**

Praćenje analitike omogućilo je prepoznavanje sadržaja koji posjetitelji smatraju najzanimljivijima i najkorisnijima te će se nastaviti i ubuduće radi prilagodbe strategije interesima korisnika. Osim Google Analyticsa, koristi se i Google Search Console za preciznije praćenje organskog prometa.

Google Analytics 4 (GA4), implementiran u travnju 2023., donosi novi pristup prikupljanju i analizi podataka, pa su usporedbe s prijašnjim sustavom neprimjerene. Prvi usporedivi godišnji izvještaj očekuje se za 2025. godinu.

Izvještajno razdoblje obuhvaća podatke za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2024. godine. U navedenom periodu destinacijski portal zabilježio je sljedeće ključne rezultate:

- **Ukupan broj korisnika:** 1.946.422
- **Ukupan broj aktivnih korisnika:** 1.944.442
- **Broj pregledanih stranica:** 4.498.225
- **Ukupno korisničkih interakcija (događaja):** 15.191.581

Analiza prometa prema državama i jezicima

Najveći broj posjetitelja mrežnih stranica bilježi se s područja **Hrvatske, s ukupno 699.910** korisnika. U ovaj broj uključeni su domaći korisnici te svi posjetitelji koji pristupaju stranicama za vrijeme boravka u destinaciji. Većina pregleda stranica odvijala se na njemačkom jeziku, što sugerira visoku prisutnost gostiju s njemačkog govornog područja.

Pregled ostalih ključnih zemalja iz kojih se generira promet na stranicama:

- Njemačka: 399.221 korisnika
- Italija: 208.110 korisnika
- Austrija: 115.124 korisnika
- Slovenija: 82.223 korisnika
- Nizozemska: 62.355 korisnika
- Češka: 52.412 korisnika
- Nerazvrstani promet: 91.612 korisnika

Najposjećenije stranice na portalu

Prema analitičkim podacima, najposjećenije su stranice kalendara događanja na hrvatskom, njemačkom i engleskom jeziku, s najdužim zadržavanjem korisnika (1:17 / 1:06 / 0:51). Slijedi naslovnica portala na engleskom jeziku, koja također bilježi visoku posjećenost i vrijeme zadržavanja.

Odredišne stranice Mastercard kampanje, osobito na njemačkom jeziku, ostvaruju znatan promet, ali vrlo nisku stopu zadržavanja (0:02), što ukazuje na potrebu za dodatnom analizom i prilagodbom sadržaja radi veće interakcije korisnika.

1.2 KONTAKT I PRODAJNI CENTAR ISTRE

Kontakt centar Istre već 17 godina djeluje kao središnje informativno mjesto regije, odgovarajući na telefonske i e-mail upite, uz sve veću prisutnost i na chatu te društvenim mrežama.

Njegova je zadaća pružati ažurne, točne i pravovremene informacije vezane uz boravak posjetitelja te osigurati maksimalnu podršku uz visoku razinu profesionalnosti u komunikaciji.

Posebna pažnja posvećuje se pružanju informacija prije i tijekom boravka u Istri, s naglaskom na brzo, precizno i obzirno odgovaranje na upite putem e-maila i telefona

Osnovne aktivnosti:

- Odgovaranje na **telefonske i e-mail upite** te pružanje općih informacija o destinaciji, smještaju, atrakcijama, događanjima, gastronomiji, kulturi i servisnim uslugama,
- **Komunikacija s pružateljima turističkih usluga** u Istri,
- Održavanje **baze podataka smještaja** (privatni smještaj, hoteli, apartmanska naselja, kampovi) – unos novih objekata, ažuriranje sadržaja i otvorenosti,
- **Ažuriranje informacija i unos novih sadržaja** na web stranici www.istra.hr (atrakcije, muzeji, gastronomija, wellness, događanja, korisne informacije, priopćenja, Top News),
- Dodavanje i ažuriranje **video sadržaja** na YouTube kanalu **Visit Istria**.

U Kontakt centar Istre tijekom razdoblja od siječnja do prosinca 2024. godine, pristiglo je **4.392 e-mail upita** i **2.585 telefonskih upita**. Gledajući ukupan broj upita, tijekom razdoblja od siječnja do prosinca 2024. godine zaprimljeno je putem oba kanala komunikacije (e-mail i telefon) **6.977 upita**.

1.3. RAZVOJ DESTINACIJSKE WEB PLATFORME – TO DO IN ISTRIA

Destinacijska rezervacijska platforma To Do in Istria službeno je predstavljena u **srpnju 2023.** te je nakon uspješne pilot sezone u **2024.** prepoznata kao ključni pokretač digitalizacije destinacije i prvo rješenje **Booking marketplacea** u Istri i Hrvatskoj. Projekt dodatno jača promociju regije, a posjetiteljima nudi **kvalitetan i autentičan doživljaj** uz sigurnu online kupnju i zaštitu podataka.

Platforma funkcionira kao **centralni rezervacijski sustav** za ture, atrakcije, doživljaje i aktivnosti, omogućujući ponuđačima prezentaciju i prodaju svojih usluga kroz **jednostavno korisničko iskustvo**.

U izvještajnom razdoblju razvijena je **marketinška strategija** za povećanje posjećenosti i prepoznatljivosti platforme, kroz **Google Ads kampanje**, društvene mreže i **PR aktivnosti**, s ciljem da postane **pouzdan vodič za putovanja** u Istru. Platforma je obogaćena novim **tekstovima, fotografijama, vizualima i video materijalima**, a integrirane su i nove funkcionalnosti radi boljeg korisničkog iskustva. Projekt ima važnu ulogu u **umrežavanju turističkih dionika**, omogućujući poduzetnicima veću vidljivost i konkurentnost na tržištu.

Ključne aktivnosti tijekom 2024. godine

✓ **Kontaktiranje pružatelja usluga, priprema dokumentacije i podrška korisnicima**

Platforma To Do in Istria tijekom izvještajnog razdoblja obuhvaćala je **122 ture**, a **kontaktirano je 75 novih ponuđača usluga**. Nakon pilot sezone s oko 30 testnih ponuđača, zabilježen je značajan rast interesa, a **potpisano je 18 ugovora o suradnji**. Najveći interes pokazali su ponuđači iz gourmet i outdoor segmenta.

Ponuđačima je pružena podrška u pripremi i optimizaciji materijala, uključujući prijevode na engleski jezik i prilagodbu sadržaja za objavu. Administratorska podrška korisnicima bila je ključna, a komunikacija se odvijala putem e-maila, telefona, WhatsAppa i društvenih mreža, uz rješavanje upita, upravljanje kalendarima i rezervacijama te redovito ažuriranje sadržaja.

✓ Nadogradnja tehničkih funkcionalnosti platforme

Web stranica izrađena je prema suvremenim standardima s jednostavnom administracijom sadržaja (stranice, kategorije, galerije).

Tijekom godine implementirane su brojne nadogradnje radi poboljšanja korisničkog iskustva i funkcionalnosti:

- **Promotivni banner** – dinamičan banner na naslovnici prilagođen mobilnim i desktop uređajima,
- **Sortiranje TOP 5** – unaprijeđen sustav sortiranja, dodani gumb “Book Now”, posebne ponude i ispravljen prikaz naslova,
- **Stranice “Become a partner” i “Impressum”** – optimizirani tekstovi i poveznice postavljene na ključna mjesta (header, footer),
- **Proces bookinga** – uvedena instant booking opcija s disclaimerom te optimizirani e-mailovi prema korisnicima i ponuđačima,
- **Prodaja ulaznica za događanja** – razvijen sustav za booking evenata, prva suradnja ostvarena s TZ Novigrad, a uključene su i TZ Kanfanar i Vrsar,
- **Cookie postavke** – jasne informacije o vrstama kolačića, mogućnost pojedinačnog odabira i obavijesti o promjenama,
- **Newsletter** – optimiziran vizualni prikaz za mobilnu i desktop verziju.

✓ Razrada i implementacija cjelovite marketinške strategije uz komunikaciju na društvenim mrežama

Strategija je bila usmjerena na izgradnju prepoznatljivog brenda i pozicioniranje platforme kao centralnog digitalnog sustava turističkih usluga u Istri. Cilj je bio osigurati široku vidljivost i povećati interes korisnika kroz društvene mreže, plaćeno oglašavanje, direktnu komunikaciju te suradnju s lokalnim TZ-ima i pružateljima usluga.

Kreiran je plan redovitih objava na društvenim mrežama s fokusom na promociju destinacije i atraktivnih sadržaja platforme, uz dodatne aktivnosti putem Facebook oglašavanja. U suradnji s agencijom Gita pokrenuta je Google Ads kampanja (svibanj – rujn), uz sponzorirane objave i zasebne kampanje na društvenim mrežama (od lipnja).

Lokalnim TZ-ima i partnerima poslan je promotivni newsletter „To Do in Istria – posebna ponuda“, a za offline promociju izrađeni su tiskani letci (naklada 15.000, od čega 3.770 distribuirano) i postavljen jumbo plakat na rivi u Puli. Do kraja rujna ostvarene su 4 objave na regionalnim web portalima, distribuiran je 1 promotivni letak i postavljen 1 jumbo plakat, čime je dodatno povećana vidljivost projekta.

✓ **Suradnja s lokalnim turističkim zajednicama u Istri**

Zbog bolje umreženosti i stvaranja kvalitetnije ponude, lokalne turističke zajednice (LTZ) uključene su u razvoj platforme od samog početka kroz redovito informiranje o aktivnostima i planovima. Ovaj pristup omogućuje pravovremeno uključivanje dionika javnog sektora u daljnji razvoj platforme.

Suradnja s LTZ-ima ključna je za razvoj platforme koja odgovara potrebama turističkog sektora. Aktivno uključivanje rezultiralo je značajnim napretkom u digitalizaciji turističke ponude, objedinjavanjem događanja i manifestacija na jednom mjestu, većom vidljivošću i lakšim pristupom sadržaju. LTZ-i su doprinijeli vizualnoj promociji dostavom fotografija i preporukama novih ponuđača, čime je ponuda dodatno proširena.

Razvijen je i sustav za booking evenata, a prva suradnja ostvarena je s TZ Grada Novigrada (Taste and Town), TZ Općine Kanfanar (Ljeto na Limu, Dvigrad storytelling tour) i TZ Općine Vrsar (Dani amaretta – gourmet šetnja Golosa). Ovaj model suradnje poboljšava upravljanje prodajom ulaznica, promociju i dostupnost događanja te dodatno jača partnerstvo s lokalnim zajednicama.

✓ **Predstavljanje platforme To Do in Istria na važnim događanjima**

U 2024. godini platforma "To Do in Istria" nastavila je s aktivnostima usmjerenima na promociju i umrežavanje unutar turističkog sektora kroz različite događaje i inicijative, dodatno jačajući svoju prisutnost na tržištu i važnost suradnje među turističkim stručnjacima.

- **Promohotel, Poreč** – Platforma je predstavljena u veljači u sklopu edukacijskog programa za umrežavanje i obrazovanje turističkih stručnjaka, čime je povećana njezina prepoznatljivost u industriji,

- **Weekend Outdoor Festival – WOF, Fažana** – U svibnju je predstavljena kroz panel „Digital and artificial intelligence in tourism“, čime je naglašena inovativnost platforme u digitalnom turizmu,
- **Mreža baštinskih centara, Tar** – U lipnju je predstavljena promotivna karta „Mreža baštinskih centara Istre“ te predloženo njihovo uključivanje u novu kategoriju „Interpretacijski centri“, čime se obogaćuje kulturno-turistička ponuda Istre.

✓ **Zlatna koza - Capra d'oro za najbolji turistički proizvod u 2024. godini**

Tijekom prosinca, **destinacijska booking platforma To Do in Istria nagrađena je priznanjem Zlatna koza – Capra d'oro za najbolji turistički proizvod 2024. godine**, koju dodjeljuje Turistička zajednica Istarske županije. Nagrada Zlatna koza – Capra d'oro godišnje je priznanje koje dodjeljuje Turistička zajednica Istarske županije za izuzetan doprinos na području marketinških aktivnosti u turizmu Istre.

Analiza web stranice To Do in Istria

U izvještajnom razdoblju finalizirana je tehnička izrada i nadogradnja funkcionalnosti platforme To Do in Istria, uz unos novog sadržaja (tekstova, fotografija, vizuala i video materijala) te SEO optimizaciju i prijevode na engleski jezik. IRTA je kontinuirano surađivala s ponuđačima, pružala administrativnu podršku i redovito ažurirala podatke o dostupnosti, radnom vremenu i cijenama. Sadržaj je ažuriran mjesečno, osobito na naslovnici, s atraktivnim fotografijama i call to action opisima. Istaknute su Top 5 atrakcije, a prioritet pri prikazu imaju ture s najvećim brojem rezervacija ili pregleda.

Platforma nudi ukupno 122 atrakcije u tri glavne podjele: What to Do (88), What to See (15) i What to Experience (38), organizirane u četiri glavne kategorije: Nature & Outdoor, History & Culture, Gourmet Experiences i Water Activities. Napredna struktura omogućuje precizno pretraživanje i filtriranje sadržaja, dok administratori mogu dodavati nove kategorije i potkategorije prema pristiglim ponudama.

Analiza prvih devet mjeseci 2024. pokazuje porast aktivnosti na vodi, posebno brodskih i kajak tura, s ukupno 50 novih tura i atrakcija, od kojih 16 pripada ovoj kategoriji. Na platformi se pridružilo 18 novih ponuđača, a objavljeno je ukupno 122 ture i atrakcije te 5 važnih manifestacija, čime je dodatno obogaćena ponuda i povećana promocija destinacije.

Google Analytics

✓ Nadzor i analiza rada web stranica (detaljno statističko praćenje i grafički prikazi Google Analytics)

Tijekom izvještajnog razdoblja destinacijski portal zabilježio je **18.060 korisnika, 51.771 pregled stranica i 215.301 korisničku interakciju. Praćenje konverzija pokazalo je ukupno 199 realiziranih kupnji (Purchase) s ostvarenim prihodom od 13.473,04 eura**, što potvrđuje uspješnost prodaje i postizanje glavnih ciljeva stranice.

Google Ads kampanje

Kampanje su ostvarile 621.838 pojavljivanja i 20.752 klikova, uz CTR od 3,34 % i prosječnu cijenu po kliku od 0,21 eura. Posebno učinkovita bila je kampanja usmjerena na rezervacije, koja je ostvarila visok CTR i nizak CPC, potvrđujući dobru isplativost i učinkovitost u privlačenju korisnika.

Projekt ima potporu Istarske županije u visini od 16.000,00 eura.

1.4. OSTALI RAZVOJNI PROJEKTI

Vođenje društvenih mreža za projekt Parenzana

U suradnji s Upravnim odjelom za turizam Istarske županije provodi se projekt povećanja vidljivosti Parenzane i povezanih aktivnosti. Facebook stranica preimenovana je iz Parenzana Magic u Parenzana, a otvoren je i Instagram profil radi širenja digitalnog dosega. Upravljanje društvenim mrežama uključuje edukativne, informativne i zabavne objave s ciljem promocije projekta i poticanja dvosmjerne komunikacije između korisnika i Upravnog odjela od travnja do listopada.

Tijekom projekta provedena je kontinuirana analiza uspješnosti. Na **Facebooku** je zabilježeno **2.666 pratitelja, 2.270 lajkova i 35 objava s organskim dosegom od 1.663.490 i 1.870.116 prikaza**. Na **Instagramu** je objavljeno **43 objava (31 feed, 12 stories), s ukupnim dosegom 18.891 (feed) i 3.562 (stories) te 13.657 prikaza (feed) i 2.234 (stories).**

Praćenjem metrika poput doseg, impresija, angažmana i rasta pratitelja omogućena je prilagodba strategije radi bolje vidljivosti, interakcije i razumijevanja potreba korisnika.

Promocija događanja Svjetski dan turizma

Tijekom rujna **započeta je organizacija obilježavanja Svjetskog dana turizma u Istri pod motom Tourism & Peace / Turizam i mir, u suradnji Upravnog odjela za turizam Istarske županije i IRTA-e**. Događanje se održalo 28. i 29. rujna diljem poluotoka.

Na platformi su unutar Top 5 tura i doživljaja istaknute ponude povezane s manifestacijom, a od 17. do 29. rujna na naslovnici je bio prikazan promotivni banner s poveznicom na službenu stranicu www.istra-sdt.com

Promocija je provedena i na društvenim mrežama kroz četiri kategorije: Outdoor & Fun, Gourmet, Wine, Olive Oil & Wellness, Thematic Museum & Culture te Nature & Touring. Organske objave na Facebooku i Instagramu ostvarile su dobar doseg i angažman – ukupno 2.388 doseg, 2.535 pregleda i 432 reakcije na Facebooku.

2. ODJEL KULTURNO DOŽIVLJAJNOG TURIZMA

Odjel kulturno doživljajnog turizma ostvario je **80 % planiranih aktivnosti za 2024. godinu**. Tijekom izvještajnog razdoblja razvijene su i realizirane nove suradnje koje su dodatno obogatile kulturno-turističku ponudu destinacije.

U sklopu razvoja kulturnih doživljaja **ostvareni su različiti programi i interpretativne šetnje u suradnji s predstavnicima javnog i privatnog sektora**, čime je ponuda destinacije dodatno unaprijeđena.

Ciljevi kroz provedene aktivnosti

Tijekom 2024. fokus je bio na unapređenju postojećih doživljaja i razvoju novih interpretativnih šetnji i evenata diljem Istre, s ciljem stvaranja kvalitetnije kulturno-turističke ponude i obogaćivanja iskustva posjetitelja. Poseban naglasak stavljen je na suradnju s Valamar Rivierom d.d., Javnom ustanovom Kamenjak i Upravnim odjelom za turizam Istarske županije.

- **Poboljšanje postojećih doživljaja** – unaprijeđeni programi radi stvaranja nezaboravnih iskustava za posjetitelje i lokalno stanovništvo,
- **Razvoj novih interpretativnih šetnji i doživljaja** – u suradnji s TZ-ima, JLS-ovima i hotelskim sektorom kreirani su novi interaktivni sadržaji koji ističu povijest, kulturnu baštinu, mitove i legende,
- **Komunikacija s publikom** – predstavljanje novih trendova i kreiranje jedinstvenih iskustava dodatno obogaćuje destinacijsku ponudu.

Ključne aktivnosti u razdoblju od siječnja do prosinca 2024. godine

2.1. DOŽIVLJAJI

U okviru razvoja **kulturno-turističkih doživljaja** tijekom 2024. godine realizirani su planirani **doživljaji i interpretativne šetnje** u suradnji s predstavnicima **javnog i komercijalnog sektora**, s fokusom na razvoj i unapređenje postojećih kulturno-doživljajnih proizvoda.

Ovi proizvodi uključuju suradnje s **lokalnim turističkim zajednicama, jedinicama lokalne samouprave, javnim ustanovama i hotelskim sektorom**, čime se dodatno obogatila kulturna ponuda destinacije.

VALAMAR d.d.

- **Otok Sveti Nikola** – nastavak suradnje u sklopu **Poreč Open Air festivala** pokrenutog 2016. godine
- Tijekom **2024.** realizirana je dječja predstava **Čarobne pustolovine Isabelle de Histri** (6 izvedbi u srpnju i kolovozu) za goste hotela **Valamar Isabella Island Resort**
- Ostvarena je i suradnja kroz predstavu-šetnju **Mitske tajne profesora Epuloniusa de Histris** (3 izvedbe) u **Lanterna Premium Camping Resortu**.

Novitet suradnje je razvoj novog destinacijskog proizvoda **Storycamp by Istra Inspirit**, pokrenutog u **travnju 2024.** u sklopu projekta "**Croatia Summer Camp**". Tijekom izvještajnog razdoblja izrađen je koncept proizvoda, dramski tekst i program radionica, čija je realizacija planirana za sljedeću **ljetnu sezonu**, čime se dodatno obogaćuje ponuda i suradnja s hotelijerskim sektorom.

PLAVA LAGUNA d.d.

- Nastavljena je uspješna suradnja u sklopu animacijskih programa hotelskih objekata, gdje je održana predstava *Mitska bića Istre*.
- Ukupno su realizirane dvije izvedbi tijekom srpnja i kolovoza u objektima Zelena laguna i Bijela uvala.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE MOTOVUN

- Tijekom 2024. nastavljena je suradnja na kreiranju interpretativne šetnje temeljene na priči o čarobnici Dilette Michiel. Nakon povijesnih istraživanja objavljena je knjiga „*Proces protiv Dilette [Motovun 1271.]*“
- Istra Inspirit oživio je ovu 751 godinu staru priču kroz doživljaj „Mračne tajne motovunske čarobnice Dilette“, izveden četiri puta u starom dijelu Motovuna
- Nastavljena je i suradnja u sklopu manifestacije „Teran Wine & Walk“, kroz doživljaj „*222 metra povijesti i priča motovunske željeznice*“, izvedenog u tunelu Motovun, što povezuje manifestaciju s tematikom nekadašnje uskotračne pruge Parenzana te biciklističkim i pješačkim stazama.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE VRSAR

- Suradnja započeta 2016. uspješno je nastavljena u 2024., nakon pauze 2020. zbog pandemije
- Realizirana je nova verzija interpretativne šetnje Casanova Tour s ukupno 6 izvedbi tijekom lipnja – rujna te dodatnom izvedbom na hrvatskom jeziku u sklopu manifestacije Fešta sv. Martina u studenom.
- Ponovno je održana i manifestacija Stari samanj pod kaštelom sredinom rujna.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE KANFANAR

- Suradnja se nastavila i u 2024. kroz doživljaj Pirati s Lima, premijerno izveden 2022., koji je ove sezone realiziran u 5 termina uz promotivnu naplatu, uz veliki interes publike
- Nastavljena je i suradnja na projektu Dvigrad Storytelling Tour, premijerno izvedenom 2019., s 3 interpretativne šetnje održane u lipnju, kolovozu i rujnu, koje su posjetitelji odlično prihvatili.

TURISTIČKA ZAJEDNICA SREDIŠNJE ISTRE

- Suradnja je započela tijekom 2022. godine te je uspješno nastavljena kroz interpretativnu šetnju *Central Istria degustation walking tour – Putevima okusa središnje Istre*, održanu u Svetom Lovreču, Tinjanu, Gračišću, Pazinu i Pićnu.
- Ideja je proizašla iz dogovora s turističkom zajednicom, s ciljem povezivanja kulturne baštine, priča, povijesti hrane i lokalnih specijaliteta kroz oživljavanje likova iz različitih povijesnih razdoblja.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE MEDULIN

- Tijekom 2024. godine nastavila se dugogodišnja, uspješna suradnja s Turističkom zajednicom Općine Medulin kroz doživljaj *Crispo* održan dva put u Arheološkom parku Vižula 18. lipnja te 1. rujna.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE MARČANA

- Suradnja obnovljena 2023. nastavljena je kroz interpretativnu šetnju Mutvoranom, koja oživljava povijest, priče i tradiciju mjesta te prikazuje nekadašnji način života
- Šetnja uključuje uprizorenje tradicionalnog pira u crkvi i prezentaciju mutvoranskog vijenca „Vjetar priča“, a izvedba je uspješno održana početkom listopada.

NOVA SURADNJA - JAVNA USTANOVA KAMENJAK

- Tijekom 2024. nastavljena je suradnja kroz novu interpretativnu šetnju „Priče iz pećine vremena“, premijerno izvedenu 30. rujna (repriza 1. listopada) povodom 20. obljetnice JU Kamenjak
- Suradnja se nastavila i u sklopu manifestacije Noć šišmiša, uz novu dječju predstavu „Luna u kraljevstvu noćnih letača“, održanu 30. kolovoza na Gornjem Kamenjaku.

2.2. PROMOCIJA I PRODAJA KULTURNO TURISTIČKIH DOŽIVLJAJA

Sukladno ciljevima projekta, marketinške i promotivne aktivnosti provedene su u planiranom obimu, s **naglaskom na promociju putem društvenih mreža i online kanala.**

Projekt Istra Inspirit odmaknuo se od isključivo B2C modela i garantiranih izvedbi te je fokus preusmjeren na B2B segment, uključujući suradnju s općinama, gradovima, institucijama, hotelima i agencijama. Novitet je uvođenje naplate pojedinih doživljaja i šetnji krajnjim korisnicima. Promidžbene aktivnosti stoga su usmjerene na ciljanu komunikacijsku strategiju, pretežito kroz online marketing prema relevantnim dionicima.

U sklopu promocije i prodaje kulturno-turističkih proizvoda posebno se ističu **redizajn i rebranding web stranice** te kreiranje novih sadržaja na Facebooku i Instagramu, što je znatno doprinijelo vidljivosti projekta i promociji kulturno-doživljajnog turizma Istre. Provedene su i PR aktivnosti radi informiranja javnosti, među kojima se posebno izdvaja **najava trinaeste godine projekta i presjek novih aktivnosti tijekom rujna.**

✓ Redizajn web stranice projekta

Na temelju analiziranih potreba korisnika, **redizajn web stranice** bio je nužan za poboljšanje korisničkog iskustva i učinkovitiju komunikaciju s B2B publikom. Budući da se projekt već pet godina usmjerava na B2B segment, početkom godine započet je redizajn, a **novi, modernizirani web službeno je objavljen početkom lipnja.**

Redizajn stranice www.istrainspirit.hr uspješno je realiziran uz **unaprijeđene vizualne elemente, navigaciju i korisničko iskustvo.** Cilj je da web stranica posluži kao prezentacija proizvoda i ponude za partnere zainteresirane za organizaciju **autentičnih doživljaja Istre, temeljenih na pričama, legendama i mitovima.** Projekt Istra Inspirit pritom nudi cjelovitu uslugu organizacije i izvedbe, približavajući posjetiteljima istarsku kulturu i tradiciju.

Projekt ima potporu Istarske županije u visini od 26.600,00 eura.

3. ODJEL ISTRA BIKE & OUTDOOR

Odjel za bike & outdoor djeluje unutar IRTA-e od 2014. godine kroz Sporazum o suradnji kojeg potpisuju IŽ, TZIŽ i svi istarski hotelijeri, te se sa svakim od nji zasebno sklapa ugovor o uslugama. Ugovor s IŽ za 2024. godinu iznosio je 33.180,00 eura.

3.1. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE

Komunikacija i suradnja s ugovornim partnerima odvijala se planirano i kontinuirano tijekom cijele godine. S lokalnim turističkim zajednicama suradnja se odnosila na osmišljavanje, pripremu i unos novih staza na web te reviziju postojećih, posebno s ugovornim LTZ-ovima Poreštine i Rovinjštine. Početkom godine uspostavljena je intenzivnija komunikacija sa sjeverozapadnim klasterom o standardima na terenu, signalizaciji, uređenju staza i GPX zapisima, uz sudjelovanje hotelskih kuća Plava laguna i Aminess, iako aktivnosti na terenu nisu realizirane.

Konferencija Istra Outdoor održana je 13. prosinca u Vižinadi, a redovite koordinacije s partnerima provodile su se tijekom cijele godine. Suradnja s organizatorima manifestacija bila je manjeg opsega, dok je LTZ-ovima, osobito Rovinjštine i Poreštine, pružana operativna podrška.

Ostvareno je **67 direktnih komunikacija s partnerima** vezanih uz projekte standardizacije na razini destinacije, uz savjetodavnu i koordinacijsku podršku. Planirano studijsko putovanje u Škotsku otkazano je zbog slabog interesa. Tijekom godine dodatno je intenzivirana suradnja sa sjeverozapadnim klasterom radi unapređenja sustava staza i usklađivanja s projektom Istra Outdoor. Većina ugovornih usluga uspješno je realizirana.

3.3. INFRASTRUKTURA

Na tri web-stranice dostupni su podaci o svim stazama, manifestacijama i uslugama u ponudi, kao i potrebni informativni materijali. Kvaliteta infrastrukture varira po područjima, a za ugovorne LTZ-ove provedene su nenajavljene kontrole staza, uz dostavu izvješća radi unaprjeđenja kvalitete. Staze su redovito ažurirane u suradnji s LTZ-ovima.

S obzirom na porast broja biciklista, pokrenuta je inicijativa za razvoj biciklističke infrastrukture. U suradnji s tvrtkom Učka konzalting d.o.o. izrađen je prijedlog jednostavnijih

prometnica za bicikliste, koji podrazumijeva asfaltiranje zaštitnog koridora širine 1,3 – 1,5 m bez potrebe za dodatnim dozvolama. Rješenje je predstavljeno ključnim dionicima (ŽUC, Hrvatske ceste, IŽ, MUP) i dobilo pozitivne povratne informacije, a dionica Plovanija – Buje predložena je kao pilot-projekt.

Na natječaj Ministarstva mora, prometa i infrastrukture kandidiran je projekt proširenja ceste kod Bašarinke s TZG Poreča i ŽUC-om, koji će, ako bude realiziran, poslužiti kao pilot-model za daljnji razvoj biciklističke infrastrukture. Revidiran je i Pravilnik o kategorizaciji staza, kojim su definirani kriteriji za vrste staza (MTB, cestovna, trekking/gravel i dr.).

Za poboljšanje signalizacije, podloge i odmorišta Parenzane, proveden je detaljan terenski pregled u suradnji s Upravnim odjelom za turizam IŽ, a rezultati su fotodokumentirani i geolocirani s preporukama za unapređenje. Sličan pregled izrađen je i za transverzalu T01 na Poreštini, uključujući prijedloge novih trkačkih staza (11 i 21 km), prezentirane na Vijeću TZG Poreča.

3.3. USLUGE

Tijekom 2024. godine, kao i prethodne, zabilježen je **mali broj novih zahtjeva** za uključivanje u projekt Istra Bike & Bed – ukupno četiri. Provedena su tri kontrolna obilaska, a dva objekta su u pripremi za ulazak u sustav. Broj objekata ostao je gotovo nepromijenjen u odnosu na 2023. te će nakon nadogradnje CMS-a biti potrebno ažurirati i pregledati baze podataka na portalima istra.hr i istria-bike.com.

Trenutačno sustav obuhvaća 143 objekta: 16 Istra Bike hotela, 10 Istra Boutique Bike hotela i 117 Istra Bike & Bed objekata (apartmani, sobe, kuće za odmor).

Tijekom godine realizirane su ugovorne usluge za partnere, uključujući primjenu standarda, promociju manifestacija i top staza, edukacije, nastupe na sajmovima, konzultantske usluge, ažuriranje staza i operativne aktivnosti. Većina aktivnosti provedena je do ljeta i u posljednjem kvartalu. Na kraju godine svim postojećim partnerima upućen je prijedlog ugovora za 2025., a pregovori će se nastaviti početkom sljedeće godine.

3.4. PROMOCIJA

Ponuda bike & outdoor sadržaja korisnicima se prezentira prvenstveno putem web stranica i društvenih mreža. Tijekom 2024. sustavno su prikupljani, planirani i objavljivani sadržaji na outdoor profilima, a aktivnosti se nastavljaju i u 2025. godini.

Krajem godine izrađene su nove verzije Istra Outdoor brošure i cestovne biciklističke karte Istre, dok će se početkom 2025. pripremiti leci i plakati za prometnu sigurnost biciklista.

✓ Web stranice

Sustav web-stranica ostao je nepromijenjen – krovna stranica www.istria-outdoor.com okuplja sve outdoor proizvode, dok Istra Bike (www.istria-bike.com) i Istra Trails (www.istria-trails.com) imaju vlastite specijalizirane portale.

Na portalu Istra Bike provedena je nadogradnja CMS-a, uključujući provjeru i ispravak postojećih podataka te povezivanje aktivnih baza između outdoor portala i www.istra.hr (eventi, smještaj, staze). Aktivnost je zahtijevala prilagodbu baze i usklađivanje prikaza.

Redovito je provedeno godišnje ažuriranje podataka (popisi staza, pružatelja usluga, smještaja i manifestacija). Od kolovoza je započela priprema prikaza novih transversala koje su dobile zaseban banner i poboljšanu rubriku (T01 i T07).

Izvršeno je pročišćavanje GPS rubrike – uklonjeni su stari formati i datoteke, a rubrika spada među najtraženije sadržaje. Dodatno su napravljene manje vizualne korekcije i osvježavanja rubrika (header, footer i dr.).

Statistike posjeta su sljedeće:

Web	Posjetitelja			Pregleda stranica			Trajanje posjeta		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Outdoor	3.465	2.781	3.156	5.932	4.796	5.106	0:39	0:44	0:43
Bike	107.406	87.439	101.060	657.561	526.268	541.114	3:13	3:11	3:13
Trails	50.608	44.176	50.317	220.635	179.812	197.942	2:37	2:29	2:34

✓ Društvene mreže

Manifestacije su promovirane putem Facebook i Instagram kampanja, uključujući: Brtonigla Adventure Trek, Kamenjak Rocky Trails, 100 Miles of Istria, Istria Granfondo, Bale Outdoor Festival, Limes Bike&Family Tour, Istria 300, CRO Race, Lim Bay Challenge, Plava Laguna IRONMAN 70.3, Parenzana, Enduro Grožnjan, ZLIK i Istarsku zimsku ligu u trčanju.

Društvene mreže

- *Istra Bike*: 5.396 pratitelja, 33 objave, 28.953 dosega, 31.270 prikaza, 914 reakcija, 653 klika
- *Istra Trails*: 4.080 pratitelja, 53 objave, 61.300 dosega, 62.833 prikaza, 375 reakcija, 1.851 klik
- *Istra Outdoor*: 1.792 pratitelja, 50 objava, 8.703 dosega, 9.073 prikaza
- *Instagram*: 3.042 pratitelja, 8.648 dosega i 9.245 prikaza na feedu; 2.723 dosega i 2.772 prikaza na storyjima

Najveći angažman bilježi Istra Trails, dok bi Istra Outdoor trebao povećati interakciju.

Feed objave na Instagramu ostvaruju znatno veći angažman od storyja.

Promotivni materijali

Zbog velike potražnje reprintana je cestovna biciklistička karta Istre te izrađena nova verzija s revidiranim sadržajem, koja će se distribuirati početkom 2025. i koristiti za nastupe na sajmovima.

Sajmovi

Ponovno su ostvareni nastupi na specijaliziranim sajmovima:

- *Fiera del Cicloturismo* – Bologna (5.–7. 4.)
- *Radfestival* – München (26.–28. 4.)
- *FSA Bike Festival* – Riva del Garda (2.–5. 5.)

Sajmovi u Bologni i Münchenu zabilježili su veću posjećenost u odnosu na 2023., dok se nastup u Gardi razmatra za zamjenu. Nastupi su organizirani uz zajednički vizual i brend Istra Bike / Istra Outdoor te suradnju partnera u podjeli materijala i troškova.

3.5. PRODAJA

Na web-stranicama su, po uobičajenoj praksi, navedeni pružatelji usluga (najma, servisa, prijevoza, bike-friendly, agencija) koji svojim uslugama podižu kvalitetu usluge u Istri, te se popis redovito besplatno ažurira prema potrebi.

Usluge ažuriranja podataka na webovima naplaćivane su lokalnim turističkim zajednicama – ažuriranje podataka za staze (bike, trails), objava novih multimedijalnih materijala (karte, brošure) i slično.

3.6. KONTROLA KVALITETE, STANDARDA I METRIKA

Jedan od glavnih ciljeva ovih aktivnosti je ujednačavanje proizvoda i podizanje kvalitete destinacije, posebno kroz ispravnu primjenu signalizacijskih standarda i izradu tiskanih materijala poput bike i trails karata.

Od 2017. godine provodi se evidencija prometa biciklista, a kasnije i pješaka, u koju je do sada uloženo oko 30.000 €. Nakon početnog uključivanja većeg broja LTZ-ova, projekt sada provode Rovinjščina, Parenzana i bike-park Rabac, jedinstven sadržaj takve vrste u Hrvatskoj.

Podaci pokazuju da je intenzitet prolazaka sličan prethodnim godinama, ovisno o sezoni, lokaciji i tipu staze. Mjerenja se provode na tri ključne lokacije: uvala Kuvi (makadamska šetnica), Parenzana – Vižinada i trasa Štrika kod Rovinjskog Sela.

Zbog dotrajalosti opreme i nedostatka obnove, u 2025. je nužna nabava novih uređaja kako bi se spriječilo kvarenje i gubitak podataka.

3.7. MANIFESTACIJE

Broj manifestacija sličan je onome iz 2023., s tim da se se nekoliko manifestacija (i njihovih organizatora) prestalo održavati. Komunikacija s organizatorima vrši se prema potrebi, primarno kod izrade plana oglašavanja, izrade tiskanih materijala i ažuriranja kalendara, te kod objave sadržaja.

4. RAČUN DOBITI I GUBITKA PO ODJELIMA ZA 2024. GODINU

Odjel e-marketing

ODJEL E-MARKETINGA OSTVARENJE	1.1. - 31.12.2024.
PRIHODI	96.693
RASHODI	96.059
DOBIT RAZDOBLJA	634

	PLAN 2024.	PROCJENA OSTVARENJA
PRIHODI	117.015	97.249
RASHODI	114.697	96.879
DOBIT	2.318	370

Ostvarenje je gotovo identično procjeni, iako je dobit malo veća, dok je u odnosu na prvotni plan ostvarenje 83 %. Ugovorom s TZIŽ za upravljanje webom prihodovano je 49.000 eura.

Odjel kulturno doživljajnog turizma (projekt Istra Inspirit)

ODJEL KULTURNO DOŽIVLJAJNOG TURIZMA	1.1. - 31.12.2024.
PRIHODI	83.277
RASHODI	83.106
DOBIT RAZDOBLJA	171

	PLAN 2024.	PROCJENA OSTVARENJA
PRIHODI	95.830	76.992
RASHODI	94.858	76.592
DOBIT	972	400

Ostvarenje je 87 % u odnosu na plan i 8 % više u odnosu na procjenu s obzirom na to da je bilo više neplaniranih aktivnosti uglavnom tijekom prosinca. Dobit je minimalna, no nije ni planirana velika dobit. Subvencija Istarske županije iznosila je 26.660 eura te 3.000 eura od TZIŽ, ostalo su komercijalne aktivnosti.

Odjel Istra Bike & Outdoor

ODJEL ISTRA BIKE & OUTDOOR	1.1. - 31.12.2024.
PRIHODI	114.000
RASHODI	112.825
DOBIT RAZDOBLJA	1.175

	PLAN 2024.	PROCJENA OSTVARENJA
PRIHODI	123.280	115.501
RASHODI	120.518	114.874
DOBIT	2.762	627

Ostvarenje je 99 % u odnosu na procjenu ostvarenja, dok je odmak od prvotnog plana za 8 %. To je uglavnom rezultat manjeg prihoda od suradnje s TZIŽ. Većina prihoda je na temelju ugovora o suradnji s TZIŽ, IŽ i HTL, dio LTZ i manji dio su komercijalni prihodi. Dobit je manja od prvotno planirane, ali veća od procjene ostvarenja sukladno ukupnom ostvarenju.

Usporedba ostvarenja 2024. s procjenom i planom 2024.

1.1. - 31.12.2024.	IRTA OSTVARENJE I-XII 2024	IRTA PROCJENA do 31.12.2024.	IRTA PLAN 2024.
PRIHODI	293.970	289.742	336.125
RASHODI	291.990	288.345	330.073
DOBIT RAZDOBLJA	1.980	1.397	6.052

Ukupno ostvarenje iznosi 87 % u odnosu na plan, te je 1 % veće u odnosu na procjenu, što je rezultat većih prihoda u Odjelu kulturno doživljajnog turizma, dok je odmak od prvotnog plana rezultat manjih prihoda u Odjelu za bike & Outdoor i e-mktg. Dobit iznosi 32 % od ukupno planirane, ali je i 42 % veća od procjene u skladu s povećanim prihodima.

Ukupni prihodi, ukupni rashodi, porezna osnovica, porez na dobit i dobit financijske godine

U nastavku donosimo prikaz ukupnih prihoda, ukupnih rashoda, dobit prije oporezivanja, poreznu osnovicu, poreza na dobit te dobit financijske godine.

UKUPNI PRIHODI:	293.971,97
UKUPNI RASHODI:	291.990,60
DOBIT PRIJE OPOREZIVANJA:	1.981,37
UKUPNO POVEĆANJE DOBITI:	1.662,46
DOBIT NAKON POVEĆANJA I SMANJENJA:	3.643,83
PRENESENI POREZNI GUBITAK	0,00
POREZNA OSNOVICA	3.643,83
POREZ NA DOBIT 10 %	364,38
DOBIT TEKUĆE GODINE NAKON OPOREZIVANJA	1.616,99

Ukupna dobit nakon povećanja i smanjenja iznos 3.643,83 eura, dobit tekuće godine nakon oporezivanja je 1.616,99 eura. Sveukupna zadržana dobit Društva je 5.999,00 eura.

Bilanca

BILANCA
stanje na dan 31.12.2024.

**Obrazac
POD-BIL**

Obveznik: 07683061191; IRTA D.O.O.

Iznosi u eurima i centima

Naziv pozicije	AOP oznaka	Rbr. bilješke	Prethodna godina (neto)	Tekuća godina (neto)
1	2	3	4	5
AKTIVA				
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL	001			
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (AOP 003+010+020+031+036)	002		4.250,23	5.486,79
I. NEMATERIJALNA IMOVINA (AOP 004 do 009)	003		0,00	0,00
1. Izdaci za razvoj	004			
2. Koncesije, patenti, licencije, robne i uslužne marke, softver i ostala prava	005			
3. Goodwill	006			
4. Predumovi za nabavu nematerijalne imovine	007			
5. Nematerijalna imovina u pripremi	008			
6. Ostala nematerijalna imovina	009			
II. MATERIJALNA IMOVINA (AOP 011 do 019)	010		4.250,23	5.486,79
1. Zemljište	011			
2. Građevinski objekti	012			
3. Postrojenja i oprema	013		4.250,23	5.486,79
4. Alati, pogonski inventar i transportna imovina	014			
5. Biološka imovina	015			
6. Predumovi za materijalnu imovinu	016			
7. Materijalna imovina u pripremi	017			
8. Ostala materijalna imovina	018			
9. Ulaganje u nekretnine	019			
III. DUGOTRAJNA FINACIJSKA IMOVINA (AOP 021 do 030)	020		0,00	0,00
1. Ulaganja u udjele (dionice) poduzetnika unutar grupe	021			
2. Ulaganja u ostale vrijednosne papire poduzetnika unutar grupe	022			
3. Dani zajmovi, depoziti i slično poduzetnicima unutar grupe	023			
4. Ulaganja u udjele (dionice) društava povezanih sudjelujućim interesom	024			
5. Ulaganja u ostale vrijednosne papire društava povezanih sudjelujućim interesom	025			
6. Dani zajmovi, depoziti i slično društvima povezanim sudjelujućim interesom	026			
7. Ulaganja u vrijednosne papire	027			
8. Dani zajmovi, depoziti i slično	028			
9. Ostala ulaganja koja se obračunavaju metodom udjela	029			
10. Ostala dugotrajna financijska imovina	030			
IV. POTRAŽIVANJA (AOP 032 do 035)	031		0,00	0,00
1. Potraživanja od poduzetnika unutar grupe	032			
2. Potraživanja od društava povezanih sudjelujućim interesom	033			
3. Potraživanja od kupaca	034			
4. Ostala potraživanja	035			
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA	036			
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (AOP 038+046+053+063)	037		181.563,67	169.179,93
I. ZALIHE (AOP 039 do 045)	038		0,00	0,00
1. Sirovine i materijal	039			
2. Proizvodnja u tijeku	040			
3. Gotovi proizvodi	041			
4. Trgovačka roba	042			
5. Predumovi za zalihe	043			
6. Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	044			
7. Biološka imovina	045			
II. POTRAŽIVANJA (AOP 047 do 052)	046		36.084,74	34.211,26
1. Potraživanja od poduzetnika unutar grupe	047			
2. Potraživanja od društava povezanih sudjelujućim interesom	048			
3. Potraživanja od kupaca	049		32.196,79	29.373,67
4. Potraživanja od zaposlenika i članova poduzetnika	050			
5. Potraživanja od države i drugih institucija	051		351,40	1.269,33
6. Ostala potraživanja	052		3.536,55	3.568,26

III. KRATKOTRAJNA FINACIJSKA IMOVINA (AOP 054 do 062)	053		0,00	6.300,00
1. Ulaganja u udjele (dionice) poduzetnika unutar grupe	054			
2. Ulaganja u ostale vrijednosne papire poduzetnika unutar grupe	055			
3. Dani zajmovi, depoziti i slično poduzetnicima unutar grupe	056			
4. Ulaganja u udjele (dionice) društava povezanih sudjelujućim interesom	057			
5. Ulaganja u ostale vrijednosne papire društava povezanih sudjelujućim interesom	058			
6. Dani zajmovi, depoziti i slično društvima povezanim sudjelujućim interesom	059			
7. Ulaganja u vrijednosne papire	060			
8. Dani zajmovi, depoziti i slično	061			6.300,00
9. Ostala financijska imovina	062			
IV. NOVAC U BANC I BLAGAJNI	063		145.478,93	128.668,67
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI	064		550,00	3.517,60
E) UKUPNO AKTIVA (AOP 001+002+037+064)	065		186.363,90	178.184,32
F) IZVANBILANČNI ZAPISI	066		23.230,86	23.230,86
PASIVA				
A) KAPITAL I REZERVE (AOP 068 do 070+076+077+084+087+090)	067		147.722,25	149.339,24
I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL	068		143.340,63	143.340,63
II. KAPITALNE REZERVE	069			
III. REZERVE IZ DOBITI (AOP 071+072-073+074+075)	070		0,00	0,00
1. Zakonske rezerve	071			
2. Rezerve za vlastite dionice	072			
3. Vlastite dionice i udjeli (odbitna stavka)	073			
4. Statutarne rezerve	074			
5. Ostale rezerve	075			
IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE	076			
V. REZERVE FER VRIJEDNOSTI I OSTALO (AOP 078 do 083)	077		0,00	0,00
1. Fer vrijednost financijske imovine kroz ostalu sveobuhvatnu dobit (odnosno raspoložive za prodaju)	078			
2. Učinkoviti dio zaštite novčanih tokova	079			
3. Učinkoviti dio zaštite neto ulaganja u inozemstvu	080			
4. Ostale rezerve fer vrijednosti	081			
5. Tečajne razlike iz preračuna inozemnog poslovanja (konsolidacija)	082			
6. Tečajne razlike zbog preračuna u prezentacijsku valutu	083			
VI. ZADRŽANA DOBIT ILI PRENESENI GUBITAK (AOP 085-086)	084		-3.474,17	4.381,62
1. Zadržana dobit	085			4.381,62
2. Preneseni gubitak	086		3.474,17	
VII. DOBIT ILI GUBITAK POSLOVNE GODINE (AOP 088-089)	087		7.855,79	1.616,99
1. Dobit poslovne godine	088		7.855,79	1.616,99
2. Gubitak poslovne godine	089			
VIII. MANJINSKI (NEKONTROLIRAJUĆI) INTERES	090			
B) REZERVIRANJA (AOP 092 do 097)	091		0,00	0,00
1. Rezerviranja za mirovine, otpremnine i slične obveze	092			
2. Rezerviranja za porezne obveze	093			
3. Rezerviranja za započete sudske sporove	094			
4. Rezerviranja za troškove obnavljanja prirodnih bogatstava	095			
5. Rezerviranja za troškove u jamstvenim rokovima	096			
6. Druga rezerviranja	097			
C) DUGOROČNE OBVEZE (AOP 099 do 109)	098		0,00	0,00
1. Obveze prema poduzetnicima unutar grupe	099			
2. Obveze za zajmove, depozite i slično poduzetnika unutar grupe	100			
3. Obveze prema društvima povezanim sudjelujućim interesom	101			
4. Obveze za zajmove, depozite i slično društava povezanih sudjelujućim interesom	102			
5. Obveze za zajmove, depozite i slično	103			
6. Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama	104			
7. Obveze za predujmove	105			
8. Obveze prema dobavljačima	106			
9. Obveze po vrijednosnim papirima	107			
10. Ostale dugoročne obveze	108			
11. Odgođena porezna obveza	109			

D) KRATKOROČNE OBVEZE (AOP 111 do 124)	110		35.991,65	18.870,08
1. Obveze prema poduzetnicima unutar grupe	111			
2. Obveze za zajmove, depozite i slično poduzetnika unutar grupe	112			
3. Obveze prema društvima povezanim sudjelujućim interesom	113			
4. Obveze za zajmove, depozite i slično društava povezanih sudjelujućim interesom	114			
5. Obveze za zajmove, depozite i slično	115			
6. Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama	116			
7. Obveze za predujmove	117			
8. Obveze prema dobavljačima	118		19.418,07	4.422,59
9. Obveze po vrijednosnim papirima	119			
10. Obveze prema zaposlenicima	120		7.450,56	7.595,92
11. Obveze za poreze, doprinose i slična davanja	121		9.123,02	6.851,57
12. Obveze s osnove udjela u rezultatu	122			
13. Obveze po osnovi dugotrajne imovine namijenjene prodaji	123			
14. Ostale kratkoročne obveze	124			
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA	125		2.650,00	9.975,00
F) UKUPNO – PASIVA (AOP 067+091+098+110+125)	126		186.363,90	178.184,32
G) IZVANBILANČNI ZAPISI	127		23.230,86	23.230,86