



GODIŠNJE IZVJEŠĆE O POSLOVANJU ZA 2025. GODINU I PLAN UPRAVLJANJA ZA 2026. GODINU



Savičenta d.o.o.

Svetvinčenat 47, 52342 Svetvinčenat

OIB 50329598386

O TRGOVAČKOM DRUŠTVU	3
Opći podaci o poslovnom subjektu	3
Registrirane djelatnosti.....	3
Vizija, misija i svrha postojanja poduzeća.....	6
Ponuda i aktivnosti poduzeća.....	8
IZVJEŠĆE O POSLOVANJU ZA 2025. GODINU.....	8
Izvješće o odrađenim aktivnostima u 2025. godini.....	9
Pregled financijskih ostvarenja u 2025. godini.....	22
PLAN POSLOVANJA ZA 2026. GODINU	25
Plan aktivnosti u 2026. godini.....	25
Financijski plan poslovanja za 2026. godinu	31

O TRGOVAČKOM DRUŠTVU

Opći podaci o poslovnom subjektu

- Naziv: SAVIČENTA d.o.o. za održavanje, izgradnju i turistička agencija (dalje: Društvo)
- Sjedište: Svetvinčenat 47, 25342 Svetvinčenat
- Registracija tvrtke i trgovački sud: Trgovački sud u Pazinu
- MBS: 130012368, OIB: 50329598386
- IBAN i naziv banke: HR7523900011100966757, Hrvatska poštanska banka d.d.
- Temeljni kapital: 2.660,00 eura uplaćen u cijelosti
- Tijela upravljanja: Skupština, Nadzorni odbor i Uprava
- Predsjednik uprave: Nives Cetina i Natalija Mofardin
- Broj telefona: 091/446-8001, 052/384-318
- Adresa elektroničke pošte i web stranica: info@grimanicastle.com, www.grimanicastle.hr
- Vlasništvo: Općina Svetvinčenat - 100 %

Registrirane djelatnosti

- * izvođenje radova (pripremnih radova, zemljanih radova, radova na izradi građevinskih konstrukcija, građevinsko-instalaterskih radova, građevinsko-završnih radova, radova na ugradnji građevnih proizvoda, ugradnji postrojenja ili opreme, te drugih radova)
- * radi podizanja nove građevine, rekonstrukcije, adaptacije i održavanja uporabljive građevine ili radi promjene stanja u prostoru (uklanjanje građevine ili njezina dijela)
- * projektiranje i nadzor nad gradnjom
- * kupnja i prodaja robe te obavljanje trgovačkog posredovanja na domaćem i inozemnom tržištu
- * održavanje čistoće
- * održavanje javnih površina
- * odvodnja i pročišćavanje otpadnih voda
- * računovodstveni i knjigovodstveni poslovi
- * održavanje nerazvrstanih cesta
- * računalne i srodne djelatnosti
- * organiziranje sajмова i djelatnosti zabavnih parkova
- * poslovanje nekretninama
- * djelatnost pružanja audio i/ili audiovizualnih medijskih usluga
- * djelatnost pružanja usluga elektroničkih publikacija
- * djelatnost objavljivanja audiovizualnog i radijskog programa

- * djelatnost pružanja medijskih usluga televizije i/ili radija
- * audiovizualne djelatnosti
- * komplementarne djelatnosti audiovizualnim djelatnostima
- * priprema i organizacija te javno izvođenje dramskih, glazbeno-scenskih, lutkarskih i drugih scenskih djela (scenska i glazbeno-scenska djela)
- * djelatnost nakladnika
- * djelatnost distribucija tiska
- * djelatnost javnog informiranja
- * stručni poslovi prostornog uređenja
- * posredovanje u prometu nekretnina
- * djelatnost prijevoza putnika u javnom prometu
- * djelatnost tržnice na malo
- * djelatnost javne rasvjete
- * gospodarsko korištenje prirodnih dobara
- * poljoprivredna djelatnost
- * integrirana proizvodnja poljoprivrednih proizvoda
- * poljoprivredno-savjetodavna djelatnost
- * proizvodnja, promet, prerada grožđa za vino (osim prerade u sok od grožđa i koncentrirani sok od grožđa)
- * proizvodnja i promet vina i drugih proizvoda od grožđa i vina
- * destilacija promet vina i drugih proizvoda od grožđa i vina
- * proizvodnja i promet voćnih vina i drugih proizvoda na bazi voćnih vina
- * djelatnost turističke agencije
- * turističke usluge u: seoskom, zdravstvenom, kulturnom, wellness, kongresnom, za mlade, pustolovnom, lovnom, športskom, golf-turizmu, športskom ili rekreacijskom ribolovu na moru, ronilačkom turizmu, športskom ribolovu na slatkim vodama kao dodatna djelatnost u uzgoju morskih i slatkovodnih riba, rakova i školjaka
- * turističke usluge, iznajmljivanje pribora i opreme za šport i rekreaciju, kao što su sandoline, daske za jedrenje, bicikli na vodi, suncobrani, ležaljke i sl.
- * turističke usluge koje uključuju športsko-rekreativne ili pustolovne aktivnosti
- * pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane
- * pripremanje i usluživanje pića i napitaka
- * pružanje usluga smještaja
- * pripremanje hrane za potrošnju na drugom mjestu sa ili bez usluživanja (u prijevoznom sredstvu, na priredbama i sl.) i opskrba tom hranom (catering)

- * sportska priprema
- * sportska rekreacija
- * sportska poduka
- * organiziranje sportskog natjecanja
- * vođenje sportskih natjecanja
- * upravljanje i održavanje sportskom građevinom
- * savjetovanje i organiziranje vjenčanja, raznih proslava, obljetnica i sličnih događaja
- * organiziranje seminara, stručnih i poslovnih savjetovanja, kongresa, simpozija, sajmovi, priredbi, izložbi, promidžbenih skupova, koncerata
- * djelatnost iznajmljivanja vjenčanica, haljina, odjela, ostale odjeće i obuće te druge opreme za vjenčanja
- * proizvodnja imitacije nakita (bižuterije) i srodnih proizvoda
- * proizvodnja igara i igračaka
- * usluge informacijskog društva
- * pružanje usluga u trgovini
- * trgovina na malo izvan prodavaonica
- * prijevoz putnika u unutarnjem cestovnom prometu
- * prijevoz putnika u međunarodnom cestovnom prometu
- * prijevoz tereta u unutarnjem cestovnom prometu
- * prijevoz tereta u međunarodnom cestovnom prometu
- * prijevoz osoba i tereta za vlastite potrebe
- * agencijska djelatnost u cestovnom prijevozu
- * pripremanje pića i napitaka za potrošnju na drugom mjestu sa ili bez usluživanja (u prijevoznom sredstvu, na priredbama i slično) i opskrba tim jelima, pićima i napitcima (catering)
- * izdavačka djelatnost
- * djelatnost izdavanja računalnih igara
- * djelatnost izdavanja softvera
- * računalno programiranje
- * iznajmljivanje, upravljanje i poslovanje vlastitim nekretninama ili nekretninama uzetim u zakup te kupnja i prodaja vlastitih nekretnina
- * pružanje usluga promidžbe (reklama i propaganda)
- * istraživanje tržišta i ispitivanje javnoga mnijenja
- * dizajnerska djelatnost
- * fotografske djelatnosti

- * iznajmljivanje automobila, kamiona i motornih vozila lake kategorije
- * iznajmljivanje opreme za rekreaciju i sport
- * iznajmljivanje ostalih strojeva, opreme i materijalnih dobara
- * djelatnosti uređenja i održavanja krajobraza
- * zabavne i rekreacijske djelatnosti
- * pripremanje hrane za potrošnju na drugom mjestu sa ili bez usluživanja (u prijevoznom sredstvu, na priredbama i sl.) i opskrba tom hranom (catering)
- * sportska priprema
- * sportska rekreacija
- * sportska poduka
- * organiziranje sportskog natjecanja
- * vođenje sportskih natjecanja
- * upravljanje i održavanje sportskom građevinom
- * savjetovanje i organiziranje vjenčanja, raznih proslava, obljetnica i sličnih događaja
- * organiziranje seminara, stručnih i poslovnih savjetovanja, kongresa, simpozija, sajмова, priredbi, izložbi, promidžbenih skupova, koncerata
- * djelatnost iznajmljivanja vjenčanica, haljina, odjela, ostale odjeće i obuće te druge opreme za vjenčanja

Vizija, misija i svrha postojanja poduzeća

VIZIJA

Biti u potpunosti samoodrživo društvo bogato aktivnostima, učestalim programima i sadržajima za sve uzraste u koje je involvirana lokalna zajednica.

MISIJA

Aktivnostima, radom i programom kreirati sadržaje koji bi svojim djelovanjem utjecali i bili pokretač rasta Svetvinčenta, kako mjesta, tako i mogućnosti za stanovnike.

SVRHA

- ✓ Upravljanje kulturnom baštinom
- ✓ Rast i napredak zajednice
- ✓ Pružiti nova radna mjesta i mogućnosti stanovnicima Svetvinčenta
- ✓ Poslovanjem pospješiti razvoj sredine i mjesta
- ✓ Poboľšati kvalitetu života lokalne zajednice

Ključnu ulogu u stvaranju motiva dolaska, s fokusom na duži boravak, ima upravo Savičenta d.o.o., čija je glavna uloga umrežavanje sadržaja, odnosno stvaranje proizvoda, pogotovo na

bazi postojećih sadržaja, ali i poticanje razvoja novih turističkih i ugostiteljskih sadržaja u destinaciji. Druga važna uloga Savičente d.o.o. je promocija na ciljanim tržištima, odnosno suradnja sa svim atrakcijama kako bi se stvorili zajednički programi, jasna suradnja, a samim time glavni "proizvodi" koji će biti prepoznati kao dovoljno atraktivni za dolazak u destinaciju, pogotovo izvan glavne sezone.

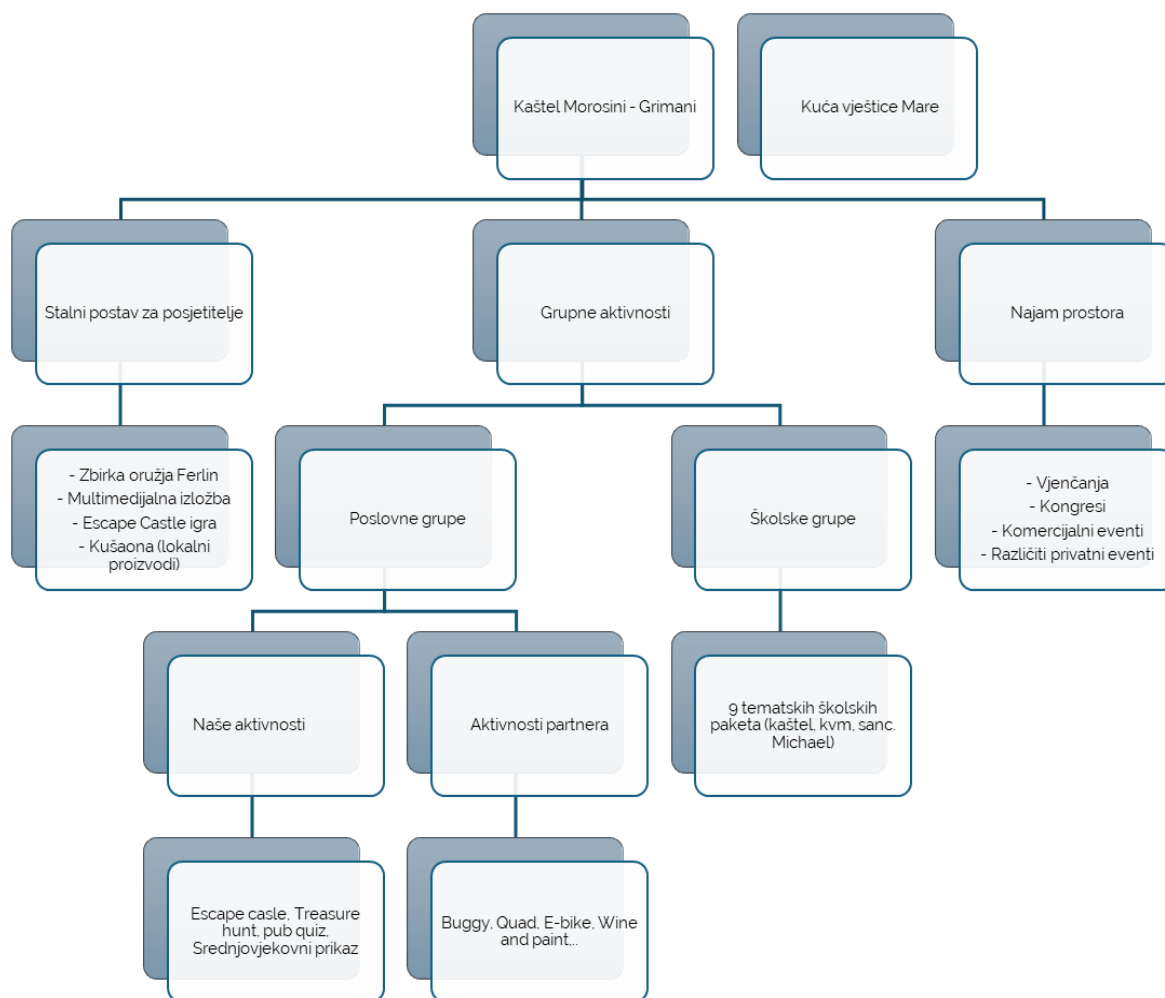
Prvi korak ka ostvarenju svrhe je potpuno samoodrživo upravljanje kaštelom Morosini-Grimani, stvaranje prihoda potrebnih za funkcioniranje i kompletnu radnu snagu kako bi kaštel bio otvoren, dostupan javnosti, uključivao u svoju ponudu i ostale turističke atrakcije s područja Općine Svetvinčenat i šire te stvorio financijske mogućnosti za razvoj sadržaja i programa koji će, osim vanjskim posjetiteljima, biti dostupan lokalnom stanovništvu.

Kroz svojih 5 etaža palače, kaštel ima mogućnosti biti otvoren za posjetitelje kroz cijelu godinu te time doprinijeti ukupnom razvoju zajednice i razvoju cjelogodišnjeg turizma. Osim impozantne povijesti i nemjerljive kulturne vrijednosti, kroz kaštel je cilj svakog posjetitelja upoznati i s destinacijom u kojoj boravi te uputiti ga na razgledavanje i ostalih turističkih, kulturnih i ostalih eno-gastro sadržaja u destinaciji.

Uključivanje lokalnih proizvođača kroz izlaganje i prezentaciju njihovih proizvoda u samom kaštelu, edukacija proizvođača o važnosti brendiranja svojih proizvoda i njihova promocija direktno utječe i na održivi razvoj turizma i zajednice u kojoj živimo, spajajući tako sektore turizma i poljoprivrede. Poticanjem posjetitelja na interaktivnost i istraživanje destinacije, jednakovrijedno se stvara motiv dolaska na brojne druge turističke atrakcije u destinaciji i time stvara ukupan gospodarski rast, razvoj selektivnih oblika turizma i razvoj temeljen na načelima pametnog upravljanja destinacijom i održivom razvoju turizma kroz valorizaciju materijalne i nematerijalne kulturne baštine, autohtone vrijednosti i tradicije destinacije..

Kako bi se ostvarilo viziju i svrhu društva, potrebno je definirati smjer razvoja i ciljeve, zbog čega je nužno izraditi Strateški plan upravljanja. Planom upravljanja definirati će se strateški i marketinški ciljevi, te akcijski plan.

Ponuda i aktivnosti poduzeća



IZVJEŠĆE O POSLOVANJU ZA 2025. GODINU

Izvješće o odrađenim aktivnostima u 2025. Godini

1. REDOVNO ODRŽAVANJE KAŠTELA

Servisiranje klima - Svi klimatizacijski sustavi se koriste u ljetnom i zimskom režimu rada zbog čega je potrebno vršiti redovite servise.

Godišnji servis aparata za gašenje - u skladu sa zakonskim izmjenama provedenim 2025. godine, svi vatrogasni aparati u kaštelu Morosini-Grimani zamijenjeni su novima.

2. INVESTICIJSKO ULAGANJE I ODRŽAVANJE

POPRAVAK MUŠKOG I ŽENSKOG TOALETA NA GALERIJI

Zbog propusta u izvedenim radovima prilikom obnove kaštela, došlo je do odvajanja wc školjka od zida koje je izazvalo puštanje vode u oba toaleta. Kako bi se dugoročno saniralo štetu otvoren je zid da se vidi razina oštećenja, ista se sanirala te se na novi sanirani zid stavio mikrocement.

ZAMJENA BALKONSKIH BRATA U KONGRESNOJ DVORANI

U kongresnoj dvorani kaštela Morosini-Grimani već nekoliko godina dolazi do prodiranja vode ispod balkonskih vrata tijekom obilnih kiša, što rezultira progresivnim oštećenjem parketnih podloga. Uzrok problema je nedostatak gumene brtve na rubovima vrata te izostanak škura na tim vratima. Shodno tome naručena su i zamijenjena balkonska vrata. .

INSTALACIJA AUDIO SUSTAVA U KONGRESNOJ DVORANI

Zbog sve većeg broja događanja u kongresnoj dvorani kaštela Morosini-Grimani, instalirali smo u suradnji sa tvrtkom Obrt za audio i video usluge "L.A." audio sustav. Postojeći sustav je premiješten u prizemlje, prostor Galerije gdje je izvedena priprema za zvučnike ali nisu bili nikad instalirani. U Kongresnu dvoranu je ugrađen novi, tehnički napredniji i kvalitetniji audio sustav kako bi se osigurala optimalna akustika i bolja podrška za sve tipove događaja.

UNAPRJEĐENJE INFORMATIČKE I MULTIMEDIJALNE OPREME U KUĆI VJEŠTICE MARE

Nakon otvaranja Kuće vještice Mare tijekom 2025. godine utvrđeni su nedostaci i poteškoće u radu dijela softverskih i hardverskih sustava potrebnih za nesmetano funkcioniranje multimedijalnih sadržaja i iskustva posjetitelja. Slijedom navedenog provedena su dodatna ulaganja u nadogradnju, prilagodbu i osposobljavanje informatičke i multimedijalne opreme kako bi se osigurala puna funkcionalnost sadržaja, pouzdan rad sustava te kvalitetna usluga za posjetitelje.

3. KAPITALNA POMOĆ U 2025. GODINI

U proračunu za 2025. godinu osigurano je 40.000,00 eura kapitalne pomoći namijenjene nabavi dugotrajne imovine za potrebe kaštela Morosini-Grimani. Sredstva su utrošena na sljedeće investicije s ciljem unapređenja infrastrukturnih kapaciteta, tehničke opremljenosti i posjetiteljske ponude:

- Nabava vanjskih Heraldčkih zastava posebno izvedene za postojeće jarbole ispred glavnog ulaza kaštela Morosini – Grimani. Zastave su grbovi Morosine i Grimanija dimenzije 80*140. Zastavama se dodatno ističe povijesni karakter kaštela te se stvara bolji vizualni dojam za posjetitelje. Tvrtka Heraldic art studio i radionica heraldičkog dizajna d.o.o., Rijeka
- Nabava 200 komada crnih stolica. Zbog sve većeg broja događanja bilo je nužno uložiti u kvalitetnu opremu. Istra Apparatus d.o.o., Pićan
- Nabava audio sustava u kongresnoj dvorani. Obrt za audio i video usluge "L:A", Rovinj
- Nabava dodatnog laptopa za rad. Tehnoline, obrt za trgovinu i usluge, Barban
- Nabava ugostiteljske opreme za rad u Kušaonici. Gastro – tim d.o.o., Pazin.

Iznos neutrošene kapitalne potpore umanjiti će se u 2026. godini.

4. PROJEKTI

INTERREG SI-HR "ISTRIANgreenTABLE"

Suradnjom Općine Svetvinčenat i Savičente d.o.o. prijavljen INTERREG SI - HR (mali projekti) "ISTRIANgreenTABLE" - Istarski "zeleni" stol - gdje se susreću tradicija, zajedničko stvaranje i održive prakse za dugoročno prekogranično partnerstvo svih generacija

Partneri: ROS.TURIST, OPĆINA ANKARAN, UDRUGA ECO I DO, OPĆINA SVETVINČENAT

Ključni učinak/rezultat projekta ISTRIANgreenTABLE je uspostavljanje dugoročne prekogranične "zelene" mreže partnerskih projektnih sudionika i drugih dionika s područja održivog, ekološki i društveno prihvatljivog djelovanja. U sklopu projekta ISTRIANgreenTABLE bila su organizirana dva veća prekogranična događaja u Hrvatskoj i Sloveniji. Oba prekogranična događaja ISTRIANgreenTABLE uključivala su ugostiteljski dio unutar tradicionalnog istarskog "zelenog" stola s pratećim aktivnostima učenja i podizanja svijesti o zelenoj tranziciji te tradicionalnim zabavno-rekreativnim sadržajima.

Projekt je predstavljen u kaštelu Morosini – Grimani 13.9.2025. godine.

EU programa INTERREG Slovenija-Hrvatska, iz natječaja za male projekte, Europski fond za regionalni razvoj.

Ukupna vrijednost projekta 31.000,00 EUR.

Postotak sufinanciranja: 80%.

5. SURADNJE

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (FMTU), kao vodeća visokoobrazovna institucija specijalizirana za razvoj rukovodećih kadrova i znanstvenih istraživanja u području turizma i hotelijerstva, odabran je za stratešku suradnju s ciljem povezivanja akademskog

sektora i kulturnog dobra kaštela Morosini-Grimani. Sporazumom o suradnji omogućena je organizacija studentskih praksi, čime se budućim stručnjacima pruža prilika za stjecanje praktičnog iskustva u upravljanju kulturnim resursima i turističkim sadržajima. Istovremeno, suradnja omogućuje predstavljanje kaštela zaposlenicima Fakulteta, čime se dodatno jača njegova vidljivost i pozicioniranje kao relevantnog kulturno-turističkog subjekta.

Interpretacijski centri u Istarskoj županiji

Tijekom 2024. godine pokrenuta je inicijativa povezivanja interpretacijskih centara na području Istarske županije, ali i šire, s ciljem jačanja suradnje i promocije kulturno-turističkih atrakcija regije. Prvi rezultat ove suradnje je izrada karte interpretacijskih centara Istre, koja predstavlja ključne lokacije, uključujući kaštel Morosini-Grimani.

Osnovna škola Svetvinčenat, Dječji vrtić Balončić i Osnovna škola Juršići

Suradnja s lokalnim obrazovnim institucijama svake godine je visoko na listi prioriteta. U 2024. godini suradnja se očitovala kroz različite aktivnosti i ustupanju prostora. U protekloj godini u kaštelu se održalo: edukacija vrtićkog osoblja Marčane i Svetvinčenata, završna priredba DV Balončić, obljetnica OŠ Svetvinčenat, film OŠ Svetvinčenat, ljetni kamp OŠ Svetvinčenat.

Suradnja s turističkim objektom - Bi village

Planira se razvoj i jačanje suradnje s turističkim naseljem Bi Village s ciljem promocije kulturno-turističke ponude Svetvinčenata i povećanja broja posjetitelja. Suradnja će obuhvaćati zajedničke promotivne aktivnosti, distribuciju informativnih materijala, organizaciju posjeta te povezivanje gostiju smještenih u Bi Villageu.

Suradnja s ostalim atrakcijama u Istri

Poduzeće od prvih dana njeguje partnerske odnose s ostalim atrakcijama u Istri kroz zajednički marketing, letke, pakete i druge oblike suradnje a sve kako bi gostima omogućili iskustvo destinacije te dodatno promovirali raznolikost istarske turističke ponude.

5. NOVI PROIZVODI

POKRETANJE PROGRAMA TURISTIČKOG VOĐENJA KROZ SVETVINČENAT

Tijekom 2025. godine započelo se s provedbom organiziranih turističkih vođenja kroz Svetvinčenat s ciljem kvalitetnije interpretacije kulturno-povijesne baštine i obogaćivanja turističke ponude destinacije. Turistička vođenja odradila su se s unaprijed dogovorenim grupama.

SURADNJA S „MOJ PAPIR“, Ana Cvitić

Tijekom 2025. godine ostvarena je suradnja s obrtom Moj Papir (Ana Cvitić) kroz provedbu kreativnih i edukativnih radionica uključenih u školske programe, programe za organizirane grupe te team building aktivnosti. Posebna vrijednost ove suradnje ogleda se u promicanju načela održivosti i kružnog gospodarstva, budući da sudionici kroz praktičan rad upoznaju proces izrade recikliranog papira i važnost ponovne uporabe materijala. Na taj se način, uz razvoj kreativnih vještina i timskog rada, potiče i svijest o odgovornom odnosu prema okolišu te održivom korištenju resursa.

VINSKI PUB QUIZ – UDRUGA VINISTRA

Tijekom 2025. godine organiziran je Vinski pub quiz u suradnji s Vinistrom, s ciljem povezivanja ljubitelja vina, edukacije i promocije vinske kulture. Ovaj projekt predstavlja doprinos našoj suradnji, a kroz zajednički rad svake se godine razvija novi proizvod ili koncept koji dodatno popularizira Vinistru, približava je široj publici i stvara nove vrijednosti za vinsku zajednicu.

ŠKOLSKI PAKETI I TEAM BUILDING PAKETI

Izrađena je izmjena i dorada postojećih školskih i team building paketa. Ažuriran je sadržaj paketa, prilagođene su aktivnosti ciljnim skupinama te su definirane nove opcije i varijante programa.

5. MANIFESTACIJE I EVENTI

Kaštel Morosini-Grimani je i tijekom 2025. godine nastavio biti prepoznat kao atraktivna lokacija za održavanje različitih događanja. Dio tih događanja organiziralo je društvo Savičenta d.o.o., dok su ostala realizirana u suradnji s partnerima ili kroz ustupanje prostora.

red. br.	DATUM	PROGRAM
1	25.1.	Tečaj za vinare – Sommelier club
2	5.3.	Program povodom Dana žena – Blablaonica
3	3.4.	Radionica balonskih dekoracija
4	4.-6.4.	Fešta od rožic – prigodne radionice u kaštelu
5	11.4.	Predavanje na temu epilepsije
6	14.4.	Prvenstvo sommeliera
7	21.4.	Uskršnji ponedjeljak – program za obitelji

8	8.5.	Noć tvrđava – Akademija održivog razvoja
9	9.5.	Noć tvrđava – program za djecu – radionica
10	11.5.	Radionica izrade cvjetnih vjenčica
11	13.5.	Skupština BPW
12	16.5.	Predavanje – tema epilepsija
13	19.5.	Večer sjećanja – dokumentarni film
14	14.6.	Vikend inkluzije
15	17.6.	Ljetni kamp OŠ Svetvinčenat
16	18.6.	Snimanje spota za pjesmu "Pjemsu životu"
17	21.6.	Ivanja – Svečana sjednica
18	21.6.	Promocija monografije
19	6mj – 9mj	Srednjovjekovne noći – Povjesna Udruga kaštel
20	1.7.	10 dana rođendana kaštela
21	3.7.	Predstava Battifiaca
22	4.7.	Duhovni koncert
23	5.7.	Koncert Doris Dragović
24	10.7.	Movie night
25	15.-21.7.	Festival plesa I neverbalnog kazališta
26	1.-3.8.	Srednjovjekovni festival
27	8.8.	Predstava Battifiaca
28	24.8.	Domjenak povodom mise bl. Miroslava Bulešića
29	19.9.	Izložba Šikuti Machinae I prikazivanje filma "Filice"
30	20.-21.9.	Festival sira – kaštel Gastro Kutak
31	13.10.	Povijesni kviz – osnovne I srednje škole – u sklopu istarskog zavičajnog kviza "Krasna zemljo"
32	26.10.	Halloween
33	15.11.	Štriga trail
34	27.11.	Radionica - Adventski vijenac

35	4.12.	Božićni film za djecu – Kongresna dvorana
36	4.12.	Božićni pub quiz
37	10.12.	Radionica Moj papir
38	12.12.	Advent u kaštelu
39	13.12.	Advent u kaštelu
40	18.12.	Radionica - Aranžman za svečani božićni ručak
41	19.12.	Promocija knjige

ANALIZA MARKETINGA ZA 2025.GODINU

Marketinške i prodajne aktivnosti odvijaju se tijekom cijele godine, s pojačanim intenzitetom tokom glavne sezone. U marketinške aktivnosti spadaju:

- Dizajn i fotografije
- Tiskani materijali
- Suradnje
- Internet oglašavanje
- Suradnja s medijima
- Web stranica
- Radio oglašavanje
- Jumbo plakati

RADIO

Najveća stavka budžeta marketinga odnosi se na radio oglašavanja kroz sljedeće radio stanice:

- Radio Istra
- Rovinj FM
- Radio Korzo
- Radio Labin
- Medulin FM

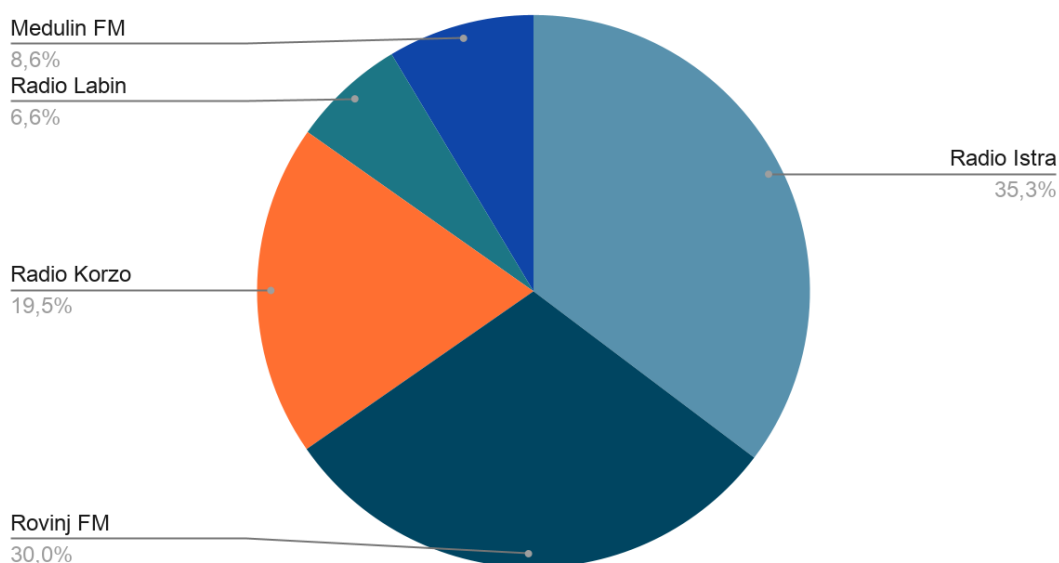
Oglašavanje na radio kanalima pretežito se odvija od ožujka do kraja studenog ili prosinca, ukoliko preostane dovoljan broj emitiranja. S obzirom da se svi Ugovori, osim Radio Labina odnose na zajedničko korištenje između Općine Svetvinčenat, TZ Svetvinčenat i Savičenta d.o.o., emitiranja se raspodijele na one mjesece koji su od najveće važnosti, kao i na određene ciljane kampanje ususret nekim eventima. Sukladno time, dinamika emitiranja mora se već na početku godine pretpostaviti, odnosno unaprijed isplanirati kako bi broj emitiranja bio dovoljan sve do kraja godine.

Ukupan iznos utrošen na radio oglašavanje iznosi 10.486,50 € + pdv, od čega:

- Radio Istra: 3.700,00 € + pdv
- Rovinj FM: 3.150,00 € + pdv
- Radio Korzo: 2.040,00 € + pdv
- Medulin FM: 900 € +pdv

- Radio Labin: 696,50 € + pdv

TROŠKOVI RADIO OGLAŠAVANJA



Najveći potrošač je Radio Istra koji osim najskupljih tarifa oglašavanja **prekriva i najveći radijus** (Istru, Primorsko - goransku županiju, pa čak i jug Slovenije).

S usporedbu od prošle 2024. godine, zabilježeno je **povećanje troškova od 10%** u ovoj kategoriji oglašavanja.

JUMBO PLAKATI

Pozicije jumbo plakata definiraju se tako da se uzmu u obzir sljedeći faktori:

- lokacija i promet
- vidljivost
- vrijeme izloženosti
- ciljana publika
- smjer prometa
- konkurencija u okolini

U 2025.godini jumbo plakati bili su raspodijeljeni na sljedećim lokacijama

- Fondole (smjer Vodnjan - Pula) / 12.6. - 12.10.
- Kurili (smjer Rovinj / 12.6. - 12.10.
- Labin (smjer Pula) / 10.6. - 10.10.
- Žbandaj, Poreč (smjer Pazin) / 1.6. - 1.10.

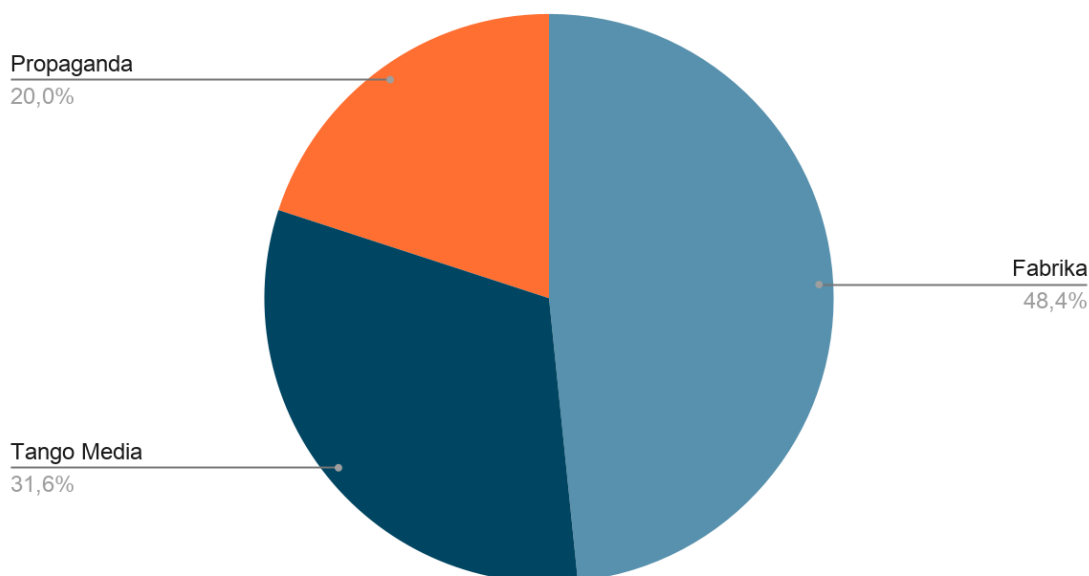
Suradnja se i dalje nastavila sa sljedećim pružateljima usluga: *Fabrika, Tango Media, Propaganda.*

Ukupan iznos utrošen na billboard oglašavanje iznosi 6.006,00 € + pdv, od čega:

- Fabrika: 2.906,00 € + pdv
- Tango Media: 1.900,00 € + pdv

- Propaganda: 1.200,00 € + pdv

TROŠKOVI JUMBO OGLAŠAVANJA



Najveći udio troškova zauzima Fabrika zbog korištenja dviju lokacija, za razliku od preostalih dvaju partnera s kojima je dogovorena 1 lokacija.

Nedostatak jumbo oglašavanja i dalje leži u činjenici nemogućnosti mjerljivosti podataka, vidljivosti istog, te ostvarivanja kontakta i potencijalnog dolaska na željenu lokaciju upravo zbog njih. Zbog toga se u **2026. godini planira veći fokus staviti na digitalno oglašavanje**, te s vremenom smanjiti lokacije za jumbo plakate.

Kao i kod radio oglašavanja, i ovdje je **zabilježeno poskupljenje u odnosu na 2024. od 10%.**

WEB STRANICA

Od 2022.godine kaštel Morosini - Grimani ima ovu i moderniziranu web stranicu koja odgovara potrebama sadržaja, prodaje i vizualne komunikacije.

- Usklađena je s brendom
- Dostupnost 24/7
- Dovodi nove klijente putem Google-a
- Povećava prodaju i upite
- Jača oglašavanje

Ovakva web stranica uvelike *održava komunikaciju i prodaju karata za velike manifestacije zbog ranijeg i bržeg oglašavanja, mogućnosti prethodnog predviđanja broja posjetitelja, kao i pojednostavljenja praćenja broja posjetitelja, specifikacije kupnje, a time i završne analize.*

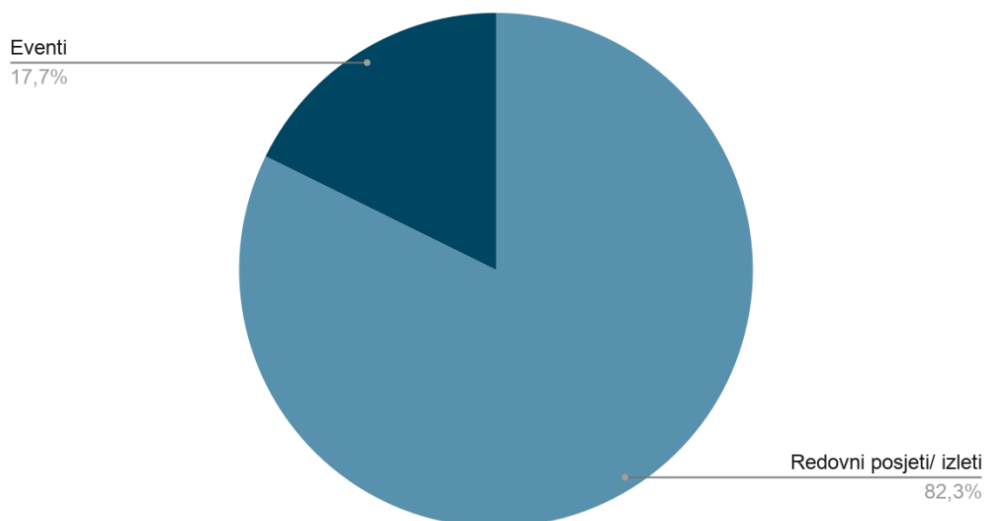
Kroz 2025.godinu na mjesečno održavanje web stranice utrošeno je 2.388,00 € + pdv.

Ukupan broj prodanih **online karata** iznosi 2 182, od čega ovu brojku možemo razdijeliti na sljedeće:

- Izlet Kaštel + Escape Castle: 1 607 kom
- Izlet Kaštel: 86 kom
- Izlet Kuća vještice Mare: 21 kom
- Eventi u kaštelu (Halloween + Movie night): 369 kom

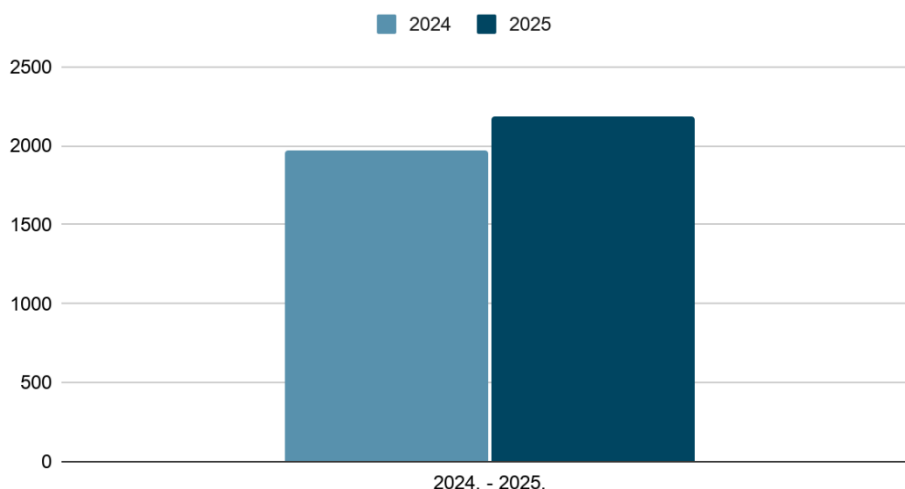
Napomena: ovo je samo broj online prodanih karata, dok se za evente kao i za redovno poslovanje karte prodavaju i fizički na licu mjesta.

ONLINE PRODAJA ULAZNICA



Online prodaja se povećala za 10%. Usporedba je napravljena između istih izleta i sadržaja, s time da se eventi razlikuju od prijašnje i ove godine.

Usporedba online prodaje karata



INTERNET OGLAŠAVANJE

U 2025. godini ostvarena je nova suradnja s oglašivačkom agencijom ***Emerald agency***. U ovoj godini fokus oglašavanja primarno je postavljen kroz **google ads kanale** gdje su se oglašavale sljedeće kampanje:

- Team building i najam prostora
- Vjenčanja
- Redovni posjetitelji (turisti i lokalci ovisno o mjesecu)
- Božićni poklon paketi

REZIME: oglašavanje od srpnja - prosinca			
TROŠKOVI	ODRŽAVANJE	BUDŽET	
	1.235,00 €	1.183,57 €	
		510,47 €	B2B (Teambuilding i najam prostora)
		308,78 €	Turisti i lokalci
		383,57	Božićni poklon paketi
UKUPNO: 2.418,57			

Prilikom oglašavanja, uočeno je kako je najveći broj "klikova" ostvaren na onim oglasima koji proizlaze iz domene vjenčanja i B2B. Vidljivo je povećan broj upita za organizaciju vjenčanja za 2026.godinu, pa čak i za 2027.godinu.

FACEBOOK

Komunikacija na Facebook stranici i Instagram profilu prisutna je kroz cijelu godinu gdje se pružaju pravovremene informacije o svim novitetima važnima za poslovanje kaštela (radno vrijeme, cijene ulaznica i sl.). Ovi kanali su od iznimne važnosti za samu vidljivost aktivnosti i sadržaja u kaštelu te komunikaciju s pratiocima. Dok je Facebook bitniji za široki doseg, zajednice i oglašavanje, Instagram je s druge strane učinkovitiji kroz vizualni sadržaj, izgradnju brenda i privlačenje mlađih korisnika. Oba kanala imaju vrlo šaroliku publiku, dok je naša ciljana skupina u rasponu od 25 - 45 godina i to pretežito obitelji i korisnici koji pretražuju obiteljski sadržaj i izlete.

Redovite objave, fotografije i videozapisi pomažu stvaranju prepoznatljivog identiteta brenda, a ubrzana je i izravna komunikacija s pratiteljima s kojima se na taj način stvara povezanost.

	SIJEČANJ - TRAVANJ	SVIBANJ - LIPANJ	SRPANJ-KOLOVOZ	RUJAN-LISTOPAD	STUDENI - PROSINAC
KAMPANJE	Vjenčanja Rođendanske proslave Uskršnji ponedjeljak	Produženi vikend za 1.maj Uskršnji ponedjeljak Rođendanske proslave Promo cijene do kraja svibnja	Movie night KVM	Svjetski dan turizma Halloween	Halloween Božićni poklon paketi Božićna Savičenta
UTROŠENO	61,75 €	192,80 €	89,82 €	112,96 €	209,62 €
UKUPNO	651,30 €				

U 2025.godini uloženo je 25% više sredstava za internet oglašavanje u odnosu na 2024.godinu.

SURADNJE

Kroz 2025.godinu ostvarena je i jedna suradnja s **lokalnom influencericom Theom Akelić**, a cilj suradnje bila je **promocija Kuće vještice Mare**. Suradnjom je dogovoren posjet Kući vještice Mare i **snimljen je video za društvene mreže** koji je dostigao više od 4.000 pregleda. Suradnja je za cilj imala primarno nadopuniti sadržaj vezan uz Kuću vještice Mare koja do sada nije imala promotivni video koji bi predstavio i objedinio njezine aktivnosti.

Druga suradnja bila je drugačijeg karaktera, a riječ je o umrežavanju, odnosno širenju prodajne mreže. Dogovorena je suradnja s **Turneo platformom - digitalnom platformom za rezervaciju izleta i aktivnosti za hotele**. Platforma je u potpunosti besplatna, ali uz svaku dogovorenu suradnju s hotelima, ujedno je obvezna i određena provizija koja iznosi minimalno 15%. Za sada je suradnja dogovorena s:

- Valamar
- Maistra
- Aminess
- Arena Hospitality
- Maslinica
- Plava Laguna

ONLINE ČLANCI

Mediji i medijska priopćenja vrlo su važan dio marketinga i odnosa s javnošću. **Povećavaju vidljivost i broj posjetitelja, a pravovremenim i kontinuiranim slanjem obavijesti, gradi se reputacija, povjerenje i dugoročna konkurentnost na tržištu.**

Upravo zbog toga, bitno je biti redovit prilikom informiranja o svim događajima i novitetima koji se odvijaju u kaštelu Morosini - Grimani. Neki čitatelji na taj način po prvi puta dolaze do informacije, kupuju karte online čime olakšavaju neizvjesnost organizatora u vezi potencijalnog broja dolaska ljudi na event, a oni koji su već saznali za event, njima služi kao ponovni podsjetnik što je danas, u moru neizmjereno mnogo događaja, vrlo važno.

Mediji koji nas redovito prate:

- IstraIN
- Kampanja
- Vodnjanski đir
- Parentium
- IPRESS

Uz redovna medijska priopćenja, postavljaju se i **banneri** koji se prikazuju na web stranicama određen period vremena, a svojim vizualom povećava se prepoznatljivost brenda i postiže se taj efekt sveprisutnosti.

GOSTOVANJA NA LOKALNIM MANIFESTACIJAMA:

Kroz 2025.godinu marketinške aktivnosti proširene su i kroz **gostovanja na sajmovima i lokalnim manifestacijama**. Zbog dobre suradnje s partnerima, dobivene pozicije na lokacijama bile su besplatne, a ovakav izlazak omogućuje:

- predstavljanje proizvoda i usluga van uobičajenog prostora svog djelovanja
- direktan kontakt s ljudima

- brendiranje
- stvaranje novih suradnji i kontakata
- istraživanje tržišta (u komunikaciji s prolaznicima saznajemo one informacije koje su nam od važnosti)
- praćenje konkurencije, te samim time inspiracija na novitete

Sajmovi i posjećene manifestacije:

- Istria Lux, Rental Revolution, Pazin (ožujak)
- Vodnjanska špaleta, Vodnjan (ožujak/srpanj)
- Agrotterra, Pazin (travanj)
- Ljetni festival istarskog pršuta, Tinjan (srpanj)
- Turistička fešta, Tar (rujan)

FINALNO REZIME TROŠKOVA

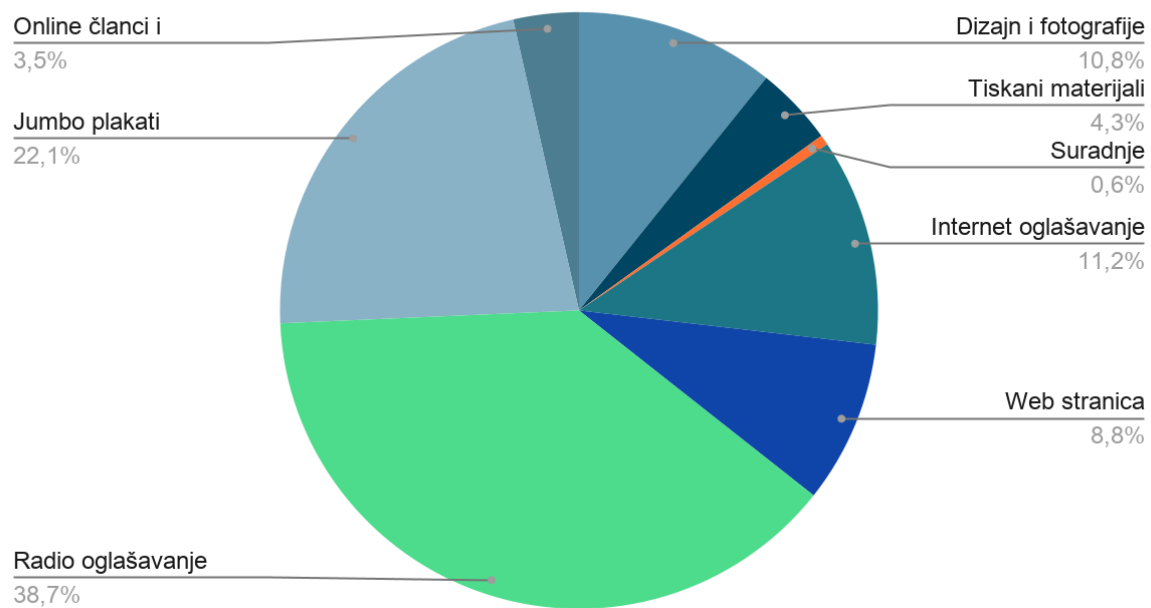
Kroz 2025.godinu najaktivniji period oglašavanja bio je od ožujka do listopada, odnosno u onim mjesecima kada kaštel i započinje s radom i redovnom promocijom, kada uskoro slijedi sezona a potom toga i postsezonski period koji najviše obiluje grupnim posjetima i privatnim najmovima ususret Božiću. Kratak rezime marketinških aktivnosti prikazan je u tablici.

Aktivnost	Siječanj	Veljača	Ožujak	Travanj	Lipanj	Srpanj	Kolovoz	Rujan	Listopad	Studeni	Prosinac
Web stranica											
Društvene mreže											
Jumbo plakati											
Google Ads oglašavanje											
Newsletteri											
Radio oglašavanje											
Portali											
Suradnja s influencerima											
Suradnja s Turneo platformom											
Tiskanje promotivnih letaka											
Sudjelovanje na sajmovima / manifestacijama											

Ukupno utrošen budžet kroz 2025.godinu iznosi **27.117,69 €**, a dijeli se na:

- Radio oglašavanje: 10.486,50 €
- Jumbo oglašavanje: 6.006,06 €
- Internet oglašavanje: 3.047,12 €
- Dizajn i fotografije: 2.920,00 €
- Tiskani materijali: 1.159,08 €
- Suradnje: 150,00 €
- Web stranica: 2.388,00 €
- Online članci i publikacije: 960,00 €

REZIME MARKETING TROŠKOVA



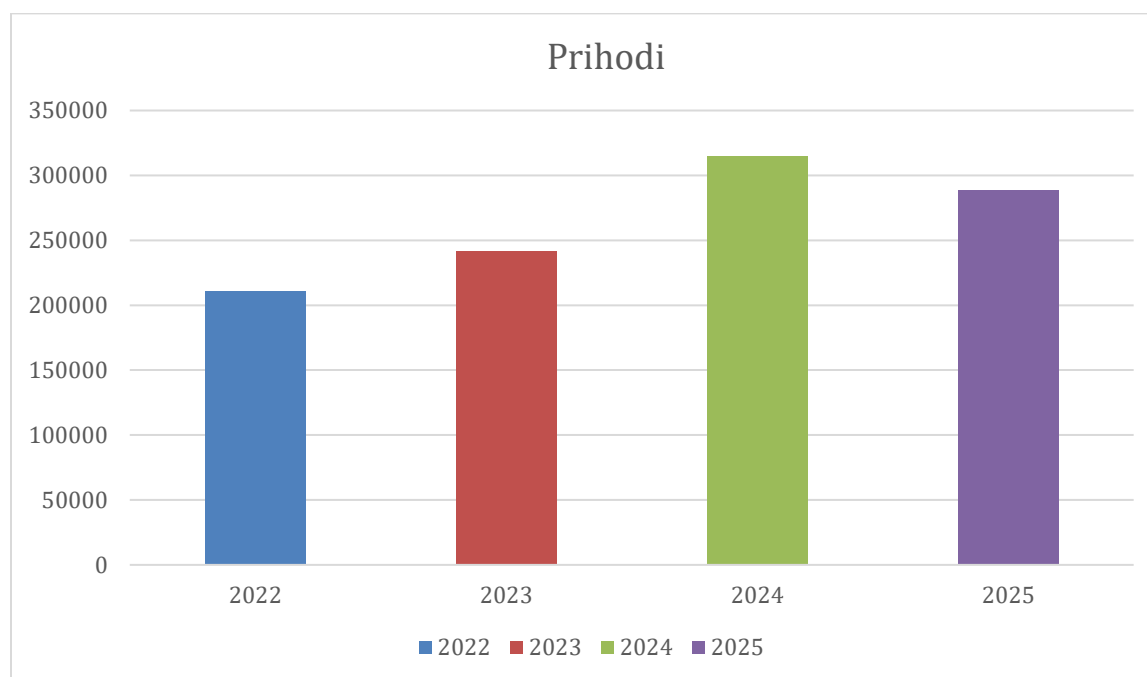
Pregled financijskih ostvarenja u 2025. godini

a) UKUPNI PRIHODI

Ukupni prihodi u 2025. godini iznosili su 288.221,53 EUR-a. Prihodi se odnose na:

- **Prihode od prodaje** (prihodi od prodanih ulaznica, najma kaštela i sl.) u iznosu od 263.169,02 EUR-a
- **Ostale poslovne prihode** u iznosu od 25.052,51 EUR-a

Usporedno s 2024. godinom, kada su ukupni prihodi iznosili 314.422,35 EUR-a, zabilježen je pad prihoda od 8,33 %.



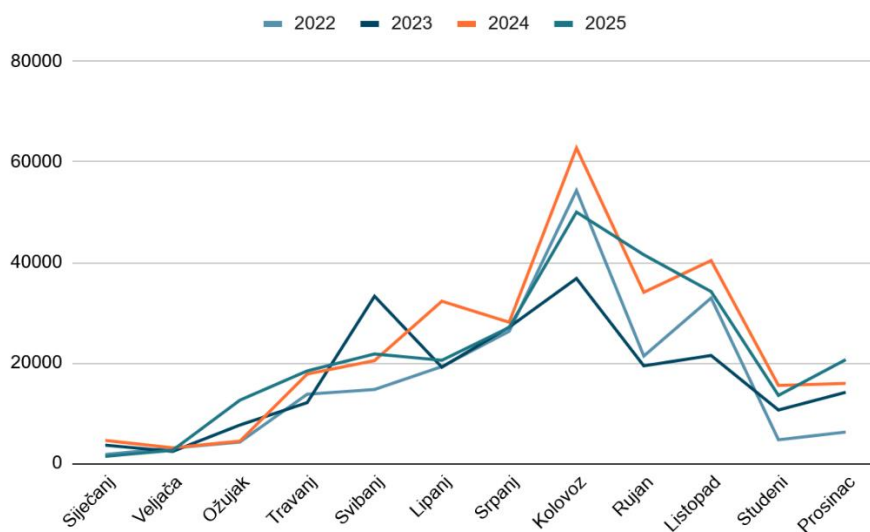
Graf 1. Usporedba prihoda za razdoblje 2022. - 2025.

Graf u nastavku prikazuje dinamiku prihoda kaštela Morosini-Grimani kroz četiri godine (2022., 2023., 2024., 2025.) s izraženim sezonskim karakterom. Prihod u siječnju 2025. godine bio najniži u odnosu na prethodne godine dok je već u ožujku vidljiv postupni rast prihoda. Tijekom proljetnih mjeseci 2025. godine ostvaren je stabilan rast, pri čemu su prihodi u travnju i svibnju bili viši u odnosu na isto razdoblje 2022. i 2023. godine.

U ljetnom razdoblju posebice od lipnja do kolovoza, prihodi značajno rastu, što potvrđuje nastavak izraženog sezonskog trenda. Iako su prihodi u lipnju i kolovozu 2025. godine bili nešto niži u odnosu na rekordnu 2024. godinu, kolovoz ostaje jedan od najuspješnijih mjeseci i u 2025.

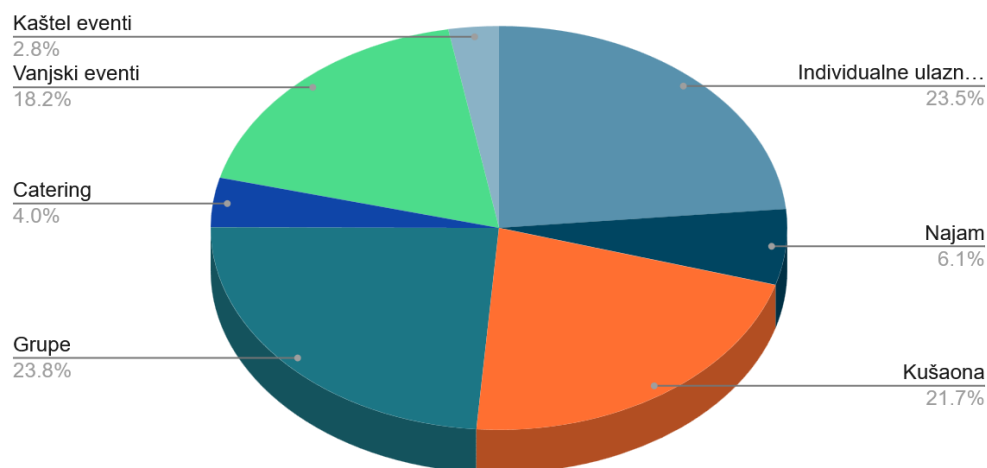
Tijekom jesenskih mjeseci slijedi očekivani pad ali i stabilno kretanje prihoda u rujnu i listopadu. Iako su prihodi u 2025. godini niži u odnosu na prethodnu godinu ali viši u odnosu

na 2022. i 2023. godinu, prati ga pozitivan trend rasta prihoda uz izraženi sezonski obrazac poslovanja.



Graf 2. Usporedba prihoda po mjesecima (2022., 2023., 2024. i 2025.)

.Struktura prihoda kaštela Morosini-Grimani u 2025. godini pokazuje raznolike izvore prihoda, što ukazuje na uspješno diverzificirane aktivnosti i ponudu.



Graf 3: Struktura prihoda za 2025. godinu

- **Individualne ulaznice** čine najveći udio prihoda (23,5 %) te obuhvaćaju prihode ostvarene od posjeta individualnih posjetitelja koji nisu dio organiziranih grupa.

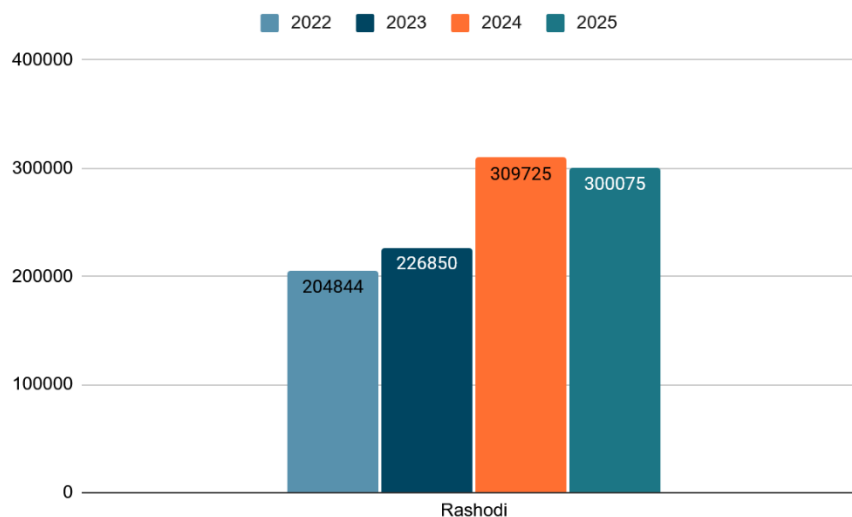
- **Prihodi od grupa** čine 23,8 % ukupnih prihoda i uključuju dolaske poslovnih grupa, školskih ekskurzija i izletnika.
- **Prihodi od kušaone** iznose 21,7 % te obuhvaćaju prihode od poklon paketa s lokalnim proizvodima, suvenira te redovne ponude u kušaoni, koja uključuje coffee bar i ponudu plata.
- **Vanjski eventi** doprinose s 18,2 % te uključuju prihode od prodaje ulaznica za razne vanjske manifestacije održane u prostoru kaštela.
- **Eventi kaštel** iznosi 2,8 % i obuhvaća evente koje kaštel samostalno kreira (primjerice razni programi kroz čitavu godinu, Movie night, Halloween, Uskrsnji ponedjeljak i dr.)
- **Catering** sudjeluje s 4,0 % u ukupnim prihodima, a obuhvaća prihode ostvarene prodajom plata u kušaoni te uslugama vanjskih cateringa unajmljenih za grupe.
- **Najam prostora** čini 6,1 % prihoda i odnosi se na prihode od najma kaštela za javne i privatne evente kao što su kongresi, edukacije, vjenčanja i fotografiranja.

b) UKUPNI RASHODI

Ukupni rashodi u 2025. godini iznosili su 300.075,06 EUR-a. Rashodi se odnose na:

- **Poslovne rashode** u iznosu od 299.657,48 EUR-a
- **Financijske rashode** u iznosu od 417,58 EUR-a

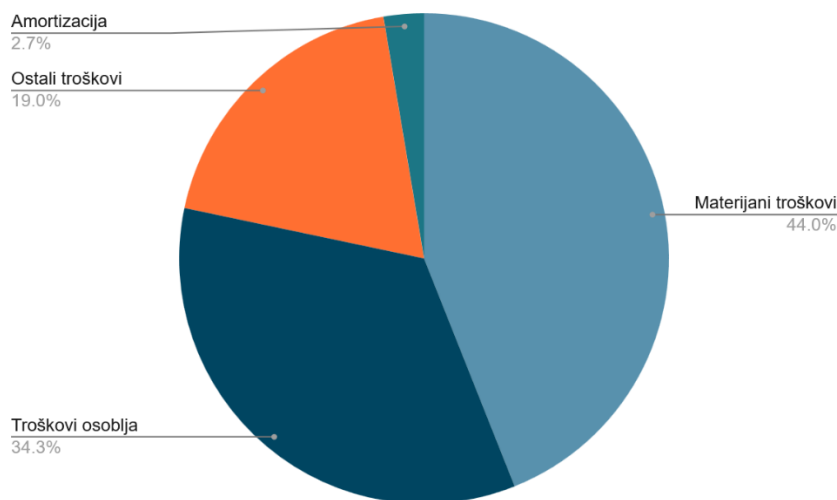
Usporedno s 2024. godinom, kada su ukupni rashodi iznosili 309.725,00 EUR-a, zabilježeno je smanjenje rashoda za 3,12 %.



Graf 4. Usporedba rashoda za razdoblje 2022. - 2025.

Najveći dio rashoda odnosi se na materijalne troškove koji iznose 131.735,97 EUR-a, a sastoje se od troškova sirovina i materijala, troškova prodane robe i ostalih vanjskih troškova. Zatim na troškove osoblja u iznosu od 102.885,53 EUR-a. Troškovi amortizacije u 2025. godini iznose

7.969,05 EUR-a. Ostale troškove čine premije osiguranja, bankarske usluge i troškovi platnog prometa, zdravstvene usluge, troškovi parava korištenja, troškovi članarina te iznose 57.066,93 EUR-a. Struktura rashoda prikazana je na grafu u nastavku.



Graf 5: Struktura rashoda

Zaključno, u 2025. godini ostvaren je gubitak u iznosu od **11.852,64 EUR-a**.

PLAN POSLOVANJA ZA 2026. GODINU

Plan aktivnosti u 2026. godini

1. REDOVNO ODRŽAVANJA KAŠTELA

Redovno održavanje kaštela podrazumijeva godišnje servise ugrađene opreme, održavanje građevine, atestiranje opreme, periodička ispitivanja sustava, sve sukladno pravilima struke i važećim propisima. U sklopu redovnog održavanja kaštela ove godine će se provesti sljedeće:

- Godišnji servis aparata za gašenje
- Ispitivanje vatrodjave i hidrantne mreže
- Ispitivanje struje
- Servis multimedijalne izložbe

2. INVESTICIJSKO ULAGANJE I ODRŽAVANJE

Izrada projekta za uređenje dvorišta kaštela.

3. KAPITALNA POMOĆ 2026.

U proračunu za 2026. godinu osigurano je 40.000,00 eura kapitalne pomoći za nabavku dugotrajne imovine. Kapitalna pomoć u 2026. godini planira se utrošiti na:

- a) Nabava audio vizualne opreme
- b) Nabavka računala
- c) Učešće u financiranju dokumentarca
- d) Nabava potrebne ugostiteljske opreme
- e) Nabava opreme za provođenje novih aktivnosti i sadržaja

4. SADRŽAJI/AKTIVNOSTI/PROIZVODI

MYSTERY DINNER

Kreirati jedinstven proizvod koji objedinjuje:

Povijesni narativ: Ispričan kroz vođenu turu s kostimiranim glumcima. Elemente zagonetke: Rješavanje zagonetki ili zadataka temeljenih na povijesnim činjenicama o kaštelu, gdje sudionici otkrivaju tragove i otključavaju nove dijelove priče. Gastronomski doživljaj: Degustacija lokalnih delicija, povezana s pričom o istarskoj kuhinji.

Planirano je da proizvod bude za manje "exklusivne" grupe do 30 osoba.

SCAVENGER HUNT

Ova aktivnost je interaktivna timska avantura / scavenger hunt na otvorenim prostorima Svetvinčenta, temeljena na istarskim predajama o štrigama, štrigunima i krsnicima. Sudionici preuzimaju ulogu istraživača koji, uz pomoć fratra Vincenza, pokušavaju otkriti koje nadnaravno biće ugrožava mjesto i vratiti narušenu ravnotežu.

Priča započinje u kaštelu gdje tajanstveni fratar uvodi sudionike u legendu o zlu koje stoljećima muči Svetvinčenat. Sudionici dobivaju kartu, dnevnik i bilježnicu za zapisivanje tragova te kreću u potragu kroz mjesto. Cilj je povezati različite tragove, riješiti zagonetke i otkriti istinu skrivenu iza lokalnih legendi.

DOKUMENTARAC "ZADNJIH 100 GODINA KAŠTELA"

Cilj filma u trajanju od maksimalno 13 minuta je prikazati povijest kaštela Morosini-Grimani u posljednjih 100 godina kroz tri ključne teme: razaranje, zapuštenost i obnovu. Fokus je na emocionalnoj povezanosti lokalnog stanovništva s kaštelom te njegovoj transformaciji u kulturno središte.

KREIRANJE CUSTOM MADE PAKETA

Planira se kreiranje custom made paketa osmišljenih za grupe s ciljem pružanja autentičnih i nezaboravnih iskustava koja objedinjuju bogatu povijest kaštela Morosini-Grimani, lokalne tradicije i ponudu destinacije Svetvinčenat. Paketi su prilagođeni različitim profilima grupa,

bilo da se radi o turistima, korporativnim timovima, organiziranim posjetima ili posebnim prigodama.

Kako bi se osigurala visoka razina personalizacije:

- ✓ Paketi će se izrađivati prema interesima i potrebama pojedinih grupa.
- ✓ Moguće je kreirati tematske pakete (povijesni, gastronomski, aktivni odmor, kreativne radionice).
- ✓ Posebna pažnja posvetit će se sezonalnosti kako bi se program prilagodio dostupnim resursima i atrakcijama tijekom godine.

ECO TREASURE HUNT

Uveden je novi edukativno-zabavni sadržaj namijenjen djeci, pod nazivom *Eco Treasure Hunt*. Kroz interaktivnu potragu, rješavanje zadataka i timski rad sudionici na zabavan i pristupačan način usvajaju osnovne principe održivog razvoja, zaštite okoliša, odgovornog gospodarenja otpadom i očuvanja prirodnih resursa. Program potiče razvoj ekološke svijesti te aktivno uključivanje djece u teme održivosti kroz iskustveno učenje.

PROŠIRENJE ŠKOLSKIH PROGRAMA KROZ SURADNJU S PARTNERIMA IZVAN PODRUČJA OPĆINE

Tijekom izvještajnog razdoblja prošireni su postojeći školski programi uključivanjem novih aktivnosti i sadržaja koje provode vanjski partneri izvan područja Općine. Time je učenicima omogućen pristup raznovrsnijim edukativnim, kulturnim, sportskim i stručnim sadržajima, čime se dodatno unapređuje kvaliteta programa i obogaćuje iskustvo sudionika. Suradnja s partnerskim organizacijama doprinosi razmjeni znanja, uvođenju novih metoda rada te jačanju povezanosti lokalne zajednice s regionalnim i nacionalnim dionicima.

JAČANJE SURANJE S LOKALNOM ZAJEDNICOM

Planira se povećanje broja aktivnosti koje će se provoditi u suradnji s lokalnom zajednicom, uključujući obrazovne ustanove, udruge, građane i druge lokalne dionike. Kroz organizaciju zajedničkih događanja, edukativnih programa i projekata od interesa za zajednicu, cilj je dodatno osnažiti suradnju, povećati uključenost lokalnog stanovništva te doprinijeti društvenom i gospodarskom razvoju područja.

TURISTIČKO VOĐENJE KROZ POVIJESNU JEZGRU SVETVINČENTA S NAGLASKOM NA SAKRALNU BAŠTINU – FREE WALKING TOURS

Planira se razvoj i provedba programa turističkog vođenja kroz povijesnu jezgru Svetvinčenta s posebnim naglaskom na sakralnu baštinu i njezinu kulturno-povijesnu vrijednost. Posjetiteljima će se kroz stručno vođene obilaske predstaviti crkve, kapele, sakralni spomenici i druga vrijedna baštinska obilježja, uz interpretaciju njihove povijesti, umjetničkih značajki i značaja za lokalnu zajednicu. Cilj aktivnosti je obogatiti turističku ponudu destinacije, promovirati kulturnu i sakralnu baštinu te omogućiti posjetiteljima kvalitetnije upoznavanje identiteta Svetvinčenta.

UNAPRJEĐENJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE NA PODRUČJU OPĆINE

Planira se postavljanje i unaprjeđenje turističke signalizacije na području Općine s ciljem bolje informiranosti i lakšeg snalaženja posjetitelja. Poseban naglasak stavit će se na označavanje Kaštela Morosini-Grimani. Aktivnost će doprinijeti povećanju vidljivosti turističke atrakcije, poboljšanju doživljaja posjetitelja te jačanju prepoznatljivosti destinacije.

SLIKOVNICA „Dan kada je Gogi otkrio Savičentu“

Slikovnica je namijenjena djeci predškolske i rane školske dobi a zamišljena je kao spoj igre, mašte i edukacije. Na taj ćemo način najmlađima približiti bogatu kulturnu baštinu i potaknuti osjećaj povezanosti s mjesto u kojem žive ili koje posjećuju.

USMJERAVANJE KULTURNIH PROGRAMA PREMA SADRŽAJIMA U KAŠTELU

Planira se kroz javni natječaj za financiranje programa i projekata u kulturi potaknuti veća zastupljenost sadržaja koji se provode u Kaštelu Morosini-Grimani ili su tematski povezani s njegovom kulturno-povijesnom baštinom. Cilj je dodatno aktivirati Kaštel kao središnje mjesto kulturnih događanja, obogatiti programsku ponudu tijekom cijele godine te potaknuti suradnju s kulturnim ustanovama, udrugama i umjetnicima na razvoju kvalitetnih i atraktivnih kulturnih sadržaja.

JAČANJE ODRŽIVOG I EKOLOŠKI ODGOVORNOG POSLOVANJA

Planira se daljnje usmjeravanje poslovanja prema načelima održivosti i smanjenja negativnog utjecaja na okoliš. U organizaciji događanja i provedbi aktivnosti povećat će se uporaba održivih materijala i rješenja, uključujući veću zastupljenost staklene ambalaže, višekratnih CupUp čaša, drvenih i drugih ekološki prihvatljivih materijala te smanjenje korištenja jednokratne plastike. Cilj je poticati odgovorno upravljanje resursima, smanjiti količinu otpada te dodatno promovirati održive prakse među posjetiteljima, partnerima i lokalnom zajednicom.

KOLANA OD STATUTI

Vrijedna nakladnička serija pokrenuta 2007. godine. Nastala je u suradnji Državnog arhiva u Pazinu i Istarske županije, s ciljem objavljivanja srednjovjekovnih statuta istarskih gradova i općina.

ZAJEDNIČKO SUDJELOVANJE NA SAJMOVIMA

Planira se zajedničko sudjelovanje na turističkim i promotivnim sajmovima u suradnji s ključnim dionicima destinacije radi predstavljanja cjelokupne turističke ponude Svetvinčenta.

MALI ČUVARI BAŠTINE

Cilja je povezati sve udruge i aktivnosti Svetvinčenta s ciljem promocije lokalne baštine, uključivanja djece i prijenosa ljubavi prema tradiciji. Projekt omogućuje djeci upoznavanje s radom udruga kroz radionice i aktivnosti te mogućnost upisa u programe.

DANI OTVORENIH VRATA ZA AGENCIJE

Cilja je predstavljanje ponude, programa i sadržaja Svetvinčenta. Kroz obilazak lokacija, prezentaciju aktivnosti i upoznavanje s lokalnim sadržajima želi se omogućiti agencijama da dožive destinaciju te lakše uključe ponudu u svoje buduće programe.

LJETNE VEČERI U KAŠTELU

Planira se organizacija programa „Ljetne večeri u Kaštelu“ u suradnji s Vinistrom, s ciljem obogaćivanja ljetne ponude Svetvinčenta kroz spoj kulture, tradicije i eno-gastronomskih sadržaja. Program bi obuhvatio različita događanja, prezentaciju istarskih vina, kulturne sadržaje i druženja u jedinstvenom ambijentu Kaštela.

HRVATSKA UDRUGA POVIJESNIH GRADOVA

Planira se učlanjenje u Hrvatsko društvo povijesnih gradova s ciljem povezivanja s drugim povijesnim destinacijama, razmjene iskustava i zajedničkog djelovanja na očuvanju, valorizaciji i promociji kulturne baštine. Članstvo bi omogućilo dodatnu vidljivost Svetvinčenta te sudjelovanje u projektima i inicijativama vezanim uz razvoj povijesnih gradova.

PRESPAJANJE OBORINSKE ODVODNJE

Nakon završetka rekonstrukcije kaštela Morosini-Grimani, sustav oborinske odvodnje povezan je s kanalizacijskom mrežom, što je rezultiralo postupnim oštećenjem gurla i pojavom neugodnih mirisa kanalizacije u dvorišnom prostoru kaštela. U 2024. godini na aneksu kaštela zamijenjen je komad gurle koji je zbog velikog oštećenja propuštao vodu, kako bi se spriječilo da se isto ponovlja potrebno je odvojiti sustav oborinske vode od kanalizacijske mreže.

5. MARKETING

Planirane aktivnosti 2026.

DIGITALNI MARKETING I DRUŠTVENE MREŽE

- Društvene mreže: redovito objavljivanje na Facebooku i Instagramu uz mjesečne ciljane kampanje ovisno o sezoni i aktivnostima u tom periodu. Pojačati komunikaciju za B2B segmet i vjenčanja. Proširiti vrstu sadržaja (uvesti više videa ukoliko je moguće).
- Poboljšati LinkedIn komunikaciju u svrhu bolje promocije poslovne ponude i aktivirati LinkedIn oglase za poslovne sadržaje

• Plaćeni oglasi – fokus plaćenih kampanja ove bi godine bio više na B2B segmet (najam prostora, teambuilding aktivnosti i sl.). Osim toga, oglašavalo bi se i redovno poslovanje, vjenčanja i sadržaj za posjetitelje (lokalne i strane). U suradnji s TZ-om pokriveno je zajedničko digitalno oglašavanje za atrakcije na području Općine u periodu od svibnja do rujna. • SEO optimizacija – Pобољшanje web stranice kaštela kako bi bila što vidljivija na Google pretragama vezanim za obiteljske izlete, rođendanske proslave, Escape castle igru, teambuilding aktivnosti • Newsletter kampanje – ažurirati bazu korisnika te provoditi mjesečne kampanje prema točno određenim interesnim skupinama
Suradnje
• Suradnja s iznajmljivačima na području Općine (letci s posebnim popustom za njihove goste) • Podrška lokalnim obrtnicima: prodaja suvenira • Turističke agencije: kreiranje posebnih tura i paket aranžmana • Proširivanje prodaje kroz suradnje s digitalnim booking platformama (kao npr.Turneo)
Promocija
• Kontinuirano obavješćavanje medija o sadržajima i aktivnostima kroz godinu • Ciljani članci o poslovanju kroz godinu (na kraju godine rezime poslovanja i dogovoren intervju s direktoricama kaštela) • Proširiti radio oglašavanje na slovensko tržište • Tisak postojećih promotivnih letaka • Izrada novog promotivnog letka za Kuću vještice Mare • Jumbo plakat na samom ulazu u mjesto • B2B sajmovi i izlaganja
Brendiranje
• Vizualno brendiranje u kaštelu • Izrada edukativne slikovnice o povijesti kaštela i Svetvinčenta za djecu • Brendiranje kroz promotivne materijale i objave na društvenim mrežama (logo, font, službene boje)

Financijski plan poslovanja za 2026. godinu

Svrha izrade financijskog plana je što preciznije financijsko predviđanje, kako bi društvo moglo prilagoditi svoje poslovanje uvjetima u okruženju uz što manji rizik i neizvjesnost koristeći raspoloživa sredstva.

Planiranje prihoda i rashoda za 2026. godinu zasniva se na analizi stanja prihoda i rashoda u 2025. godini te planu osnovnih prihoda i rashoda sukladno procjeni isti.

Planirani prihodi iz poslovanja društva za 2026. godinu, proizlaze prihoda od prodaje i ostalih prihoda. Prihodi od prodaje sastoje se od:

- Prihodi od individualnih posjetitelja
- Prihodi od grupnih posjeta (izletnici, školske i poslovne grupe)
- Prihodi od najma prostora za evente
- Prihodi od kušaone (Catering, lokalni proizvodi, suveniri,...)

Ostali prihodi poslovanja društva planiraju se od kapitalne pomoći Općine Svetvinčenat u iznosu od 40.000,00 EUR-a. Planirani prihodi od prodaje većim dijelom odnose se na prihode od individualnih posjetitelja, zatim prihodi od grupnih posjeta i najmova prostora (vjenčanja, privatna događanja, snimanja i sl.) te ostali prihodi.

Planirani rashodi iz poslovanja društva za 2026. proizlaze iz:

- Materijalnih troškova
- Troškova osoblja
- Amortizacije
- Ostalih troškova

Ukupni rashodi za 2026. godinu planiraju se u iznosu od 290.000,00 EUR te su raspoređeni prema sljedećim kategorijama troškova.

Materijalni troškovi sastoje se od troškova sirovina i materijala, troškova prodane robe te ostalih vanjskih troškova (knjigovodstvene usluge, usluge čišćenja, najam opreme, grafičke i tiskarske usluge i dr.). Za 2026. godinu materijalni troškovi planiraju se u iznosu od 132.000,00 EUR.

Troškovi osoblja odnose se na neto plaće i nadnice, troškove poreza i doprinosa iz plaća te doprinose na plaće, a planiraju se u iznosu od 108.000,00 EUR.

Trošak amortizacije planira se u iznosu od 16.000,00 EUR, sukladno postojećoj imovini i procijenjenim obračunima za plansko razdoblje.

Ostali troškovi planiraju se u iznosu od 34.000,00 EUR, a odnose se na ostale troškove osoblja, troškove osiguranja, bankarske provizije, troškove studenata i učenika, članarine turističkim zajednicama i Hrvatskoj gospodarskoj komori te ostale poslovne rashode.

Planirani rashodi za 2026. godinu izrađeni su uzimajući u obzir ostvarene rezultate poslovanja u 2025. godini, očekivani opseg aktivnosti te potrebu za racionalizacijom pojedinih kategorija troškova radi održavanja financijske stabilnosti poslovanja.

Navigacija	Naslovna	RefStr	Bilanca	RDG	Dodatni	NT_I	NT_D	PK	Kont
RAČUN DOBITI I GUBITKA za razdoblje 01.01.2025. do 31.12.2025.									Obrazac POD-RDG
Obveznik: 50329598386; SAVIČENTA D.O.O.									Iznosi u eurima i centima
Naziv pozicije						AOP oznaka	Rbr. bilješke	Prethodna godina	Tekuća godina
1						2	3	4	5
I. POSLOVNI PRIHODI (AOP 129 do 133)						128		314.420,99	288.221,53
1. Prihodi od prodaje s poduzetnicima unutar grupe						129			
2. Prihodi od prodaje (izvan grupe)						130		279.283,66	263.169,02
3. Prihodi na temelju upotrebe vlastitih proizvoda, robe i usluga						131			
4. Ostali poslovni prihodi s poduzetnicima unutar grupe						132			
5. Ostali poslovni prihodi (izvan grupe)						133		35.137,33	25.052,51
II. POSLOVNI RASHODI (AOP 135+136+140+144 do 146+149+156)						134		309.725,56	299.657,48
1. Promjene vrijednosti zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda						135			
2. Materijalni troškovi (AOP 137 do 139)						136		149.984,72	131.735,97
a) Troškovi sirovina i materijala						137		12.875,90	15.849,51
b) Troškovi prodane robe						138		65.495,93	47.775,24
c) Ostali vanjski troškovi						139		71.612,89	68.111,22
3. Troškovi osoblja (AOP 141 do 143)						140		98.061,33	102.885,53
a) Neto plaće i nadnice						141		65.925,91	67.420,99
b) Troškovi poreza i doprinosa iz plaća						142		23.657,26	25.710,61
c) Doprinosi na plaće						143		8.478,16	9.753,93
4. Amortizacija						144		13.059,88	7.969,05
5. Ostali troškovi						145		48.619,63	57.066,93
6. Vrijednosna usklađenja (AOP 147+148)						146		0,00	0,00
a) dugotrajne imovine osim financijske imovine						147			
b) kratkotrajne imovine osim financijske imovine						148			
7. Rezerviranja (AOP 150 do 155)						149		0,00	0,00
a) Rezerviranja za mirovine, otpremnine i slične obveze						150			
b) Rezerviranja za porezne obveze						151			
c) Rezerviranja za započete sudske sporove						152			
d) Rezerviranja za troškove obnavljanja prirodnih bogatstava						153			
e) Rezerviranja za troškove u jamstvenim rokovima						154			
f) Druga rezerviranja						155			
8. Ostali poslovni rashodi						156			
III. FINANCIJSKI PRIHODI (AOP 158 do 167)						157		1,36	0,89
1. Prihodi od ulaganja u udjele (dionice) poduzetnika unutar grupe						158			
2. Prihodi od ulaganja u udjele (dionice) društava povezanih sudjelujućim interesima						159			
3. Prihodi od ostalih dugotrajnih financijskih ulaganja i zajmova poduzetnicima unutar grupe						160			
4. Ostali prihodi s osnove kamata iz odnosa s poduzetnicima unutar grupe						161			
5. Tečajne razlike i ostali financijski prihodi iz odnosa s poduzetnicima unutar grupe						162			
6. Prihodi od ostalih dugotrajnih financijskih ulaganja i zajmova						163			
7. Ostali prihodi s osnove kamata						164		1,36	0,89
8. Tečajne razlike i ostali financijski prihodi						165			
9. Nerealizirani dobici (prihodi) od financijske imovine						166			
10. Ostali financijski prihodi						167			
IV. FINANCIJSKI RASHODI (AOP 169 do 175)						168		1,57	417,58
1. Rashodi s osnove kamata i slični rashodi s poduzetnicima unutar grupe						169			
2. Tečajne razlike i drugi rashodi s poduzetnicima unutar grupe						170			
3. Rashodi s osnove kamata i slični rashodi						171		1,57	3,62
4. Tečajne razlike i drugi rashodi						172			
5. Nerealizirani gubici (rashodi) od financijske imovine						173			
6. Vrijednosna usklađenja financijske imovine (neto)						174			
7. Ostali financijski rashodi						175			413,96

V. UDIO U DOBITI OD DRUŠTAVA POVEZANIH SUDJELUJUĆIM INTERESOM	176			
VI. UDIO U DOBITI OD ZAJEDNIČKIH POTHVATA	177			
VII. UDIO U GUBITKU OD DRUŠTAVA POVEZANIH SUDJELUJUĆIM INTERESOM	178			
VIII. UDIO U GUBITKU OD ZAJEDNIČKIH POTHVATA	179			
IX. UKUPNI PRIHODI (AOP 128+157+176 + 177)	180		314.422,35	288.222,42
X. UKUPNI RASHODI (AOP 134+168+178 + 179)	181		309.727,13	300.075,06
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (AOP 180-181)	182		4.695,22	-11.852,64
1. Dobit prije oporezivanja (AOP 180-181)	183		4.695,22	0,00
2. Gubitak prije oporezivanja (AOP 181-180)	184		0,00	11.852,64
XII. POREZ NA DOBIT	185		506,39	
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (AOP 182-185)	186		4.188,83	-11.852,64
1. Dobit razdoblja (AOP 182-185)	187		4.188,83	0,00
2. Gubitak razdoblja (AOP 185-182)	188		0,00	11.852,64
PREKINUTO POSLOVANJE (popunjava poduzetnik obveznika MSFI-a samo ako ima prekinuto poslovanje)				
XIV. DOBIT ILI GUBITAK PREKINUTOG POSLOVANJA PRIJE OPOREZIVANJA (AOP 190-191)	189		0,00	0,00
1. Dobit prekinutog poslovanja prije oporezivanja	190			
2. Gubitak prekinutog poslovanja prije oporezivanja	191			
XV. POREZ NA DOBIT PREKINUTOG POSLOVANJA	192			
1. Dobit prekinutog poslovanja za razdoblje (AOP 189-192)	193		0,00	0,00
2. Gubitak prekinutog poslovanja za razdoblje (AOP 192-189)	194		0,00	0,00
UKUPNO POSLOVANJE (popunjava samo poduzetnik obveznik MSFI-a koji ima prekinuto poslovanje)				
XVI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (AOP 182+189)	195		0,00	0,00
1. Dobit prije oporezivanja (AOP 195)	196		0,00	0,00
2. Gubitak prije oporezivanja (AOP 195)	197		0,00	0,00
XVII. POREZ NA DOBIT (AOP 185+192)	198		0,00	0,00
XVIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (AOP 195-198)	199		0,00	0,00
1. Dobit razdoblja (AOP 195-198)	200		0,00	0,00
2. Gubitak razdoblja (AOP 198-195)	201		0,00	0,00
DODATAK RDG-u (popunjava poduzetnik koji sastavlja konsolidirani godišnji financijski izvještaj)				
XIX. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (AOP 203+204)	202		0,00	0,00
1. Pripisana imateljima kapitala matice	203			
2. Pripisana manjinskom (nekontrolirajućem) interesu	204			
IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVAATNOJ DOBITI (popunjava poduzetnik obveznik primjene MSFI-a)				
I. Dobit ili gubitak razdoblja	205			
II. Ostala sveobuhvatna dobit / gubitak prije poreza (AOP 208 do 212 + 215 do 223)	206		0,00	0,00
III. Stavke koje neće biti reklasificirane u dobit ili gubitak (AOP 208 do 213)	207		0,00	0,00
1. Promjene revalorizacijskih rezervi dugotrajne materijalne i nematerijalne imovine	208			
2. Dobitak ili gubitak s osnove naknadnog vrednovanja vlasničkih vrijednosnih papira po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	209			
3. Promjene fer vrijednosti financijske obveze po fer vrijednosti kroz račun dobiti i gubitka koja se može pripisati promjenama kreditnog rizika	210			
4. Aktuarski dobici/gubici po planovima definiranih primanja	211			
5. Ostale stavke koje neće biti reklasificirane	212			
6. Porez na dobit koji se odnosi na stavke koje neće biti reklasificirane	213			
IV. Stavke koje je moguće reklasificirati u dobit ili gubitak (AOP 215 do 224)	214		0,00	0,00
1. Tečajne razlike iz preračuna inozemnog poslovanja	215			
2. Tečajne razlike zbog preračuna u prezentacijsku valutu	216			
3. Dobitak ili gubitak s osnove naknadnog vrednovanja dužničkih vrijednosnih papira po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	217			
4. Dobit ili gubitak s osnove učinkovite zaštite novčanih tokova	218			
5. Dobit ili gubitak s osnove učinkovite zaštite neto ulaganja u inozemstvu	219			
6. Udio u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti/gubitku društava povezanih sudjelujućim interesom	220			
7. Promjene fer vrijednosti vremenske vrijednosti opcije	221			
8. Promjene fer vrijednosti terminskih elemenata terminskih ugovora	222			
9. Ostale stavke koje je moguće reklasificirati u dobit ili gubitak	223			
10. Porez na dobit koji se odnosi na stavke koje je moguće reklasificirati	224			

V. Neto ostala sveobuhvatna dobit ili gubitak (AOP 207+214)	225		0,00	0,00
VI. Ukupna sveobuhvatna dobit ili gubitak razdoblja (AOP 205+225)	226		0,00	0,00
DODATAK Izvještaju o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti (popunjavanje poduzetnik koji sastavlja konsolidirani izvještaj)				
VI. Sveobuhvatna dobit ili gubitak razdoblja (AOP 228+229)	227		0,00	0,00
1. Pripisana imateljima kapitala matice	228			
2. Pripisana manjinskom (nekontrolirajućem) interesu	229			