

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA BUJA  
ENTE PER IL TURISMO DELLA CITTA' DI BUIE

---

**IZVJEŠĆE O RADU SA FINANCIJSKIM  
IZVJEŠĆEM ZA 2014. GODINU**

## S A D R Ž A J

### Uvod

### Turistički promet

#### 1. Vizija i ciljevi

- 1.1 Strateški ciljevi marketinške politike
- 1.2 Ciljevi Marketing plana u 2014. godini

#### 2. Administrativni marketing

- 2.1 Turistički ured
- 2.2 Rad tijela Turističke zajednice

#### 3. Dizajn vrijednosti

- 3.1 Manifestacije
- 3.2 Razvoj proizvoda
  - 3.2.1. Bike
  - 3.2.2 Wellness
  - 3.2.3 Nogomet
  - 3.2.4 Tenis
  - 3.2.5 Gourmet
  - 3.2.6. Valorizacija Muškata momjanskog

#### 3.3. Uređenje mjesta

- 3.3.1. Uređenje turističkih mjesta
- 3.3.2. Neka moja Istra blista /ekologija/

#### 4. Komunikacija vrijednosti

- 4.1 Online komunikacija
- 4.2 Offline komunikacija

#### 5. Distribucija i prodaja vrijednosti

- 5.1 Sajmovi i prezentacije
- 5.2 Studijska putovanja

#### 6. Interni marketing

- 6.1 Edukacija
- 6.2 Koordinacija članova TZ-a

#### 7. Marketinška infrastruktura

- 7.1 Proizvodnja multimedijalnih materijala
- 7.2 Istraživanje tržišta
- 7.3 Baza fotografija i filmova

#### 8. Transfer boravišne pristojbe Gradu

#### 9. Financijsko izvješće za 2014.

**UVOD:**

Tokom 2014. godine na području Turističke zajednice Grada Buja ostvareno je ukupno 155.015 noćenja što je u odnosu na ostvarenih 168 043 u 2013. godini 8% manje.

Isto tako ostvaren je manji broj dolazaka od 8% u odnosu na 2013. godinu. Tokom 2014. godine ostvaren je 31.927 dolazak za razliku od 2013. godine kada je ostvareno 34.589 dolazaka.

Glavni razlog manje ostvarenog broja noćenja nego 2013. godine su nepovoljne vremenske prilike koje su vladale u periodu glavne turističke sezone, a posebno u mjesecu srpnju 2014. godine pošto struktura većine smještajnih kapaciteta na našem području nije pogodna za boravak u otežanim vremenskim prilikama.

Najveći pad dolazaka i noćenja zabilježili su gosti sa slovenskog tržišta gdje je ostvareno 20% manje noćenja i 21% manje dolazaka nego 2013. godine. Poznato je da slovenski gosti na našem području borave u kraćim vremenskim razdobljima ali češće i to pretežno vikendima, ali zbog nepovoljnih vremenskih prilika u 2014. godini to nije bio slučaj.

Samo u Turističkom naselju Kanegra ostvareno je 13% manje noćenja i 14% manje dolazaka nego u 2103. godini, potrebno je naglasiti da je tokom mjeseca srpnja kada su zabilježena čak 24 kišna dana na našem području Naselje radilo sa ispod 50% kapaciteta.

I tokom 2014. godine nastavljena je suradnja sa Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Istarske županije kao i Odjelom za turizam Istarske županije, a sve u cilju promocije i prezentacije kao i razvoja turizma na ovom području.

Veoma uspješno odvijala se suradnja i sa turističkim zajednicama clustera Umag, Novigrad i Brtonigla gotovo na svim segmentima za što je u usvojen Marketing plan čije su odredbe uspješno provedene. Tiskani su zajednički promo materijali, nadograđen je zajednički web portal ([www.coloursofistria.com](http://www.coloursofistria.com)), realizirane su sve zacrtane aktivnosti oko razvoja proizvoda na području clustera, sve planirane zajedničke manifestacije uspješno su provedene za što smo i dobili prestižnu nagradu Turističke zajednice Istarske županije za 2013. godinu, provedene su isto tako sve planirane promotivne aktivnosti vezano za sajmove odnosno prezentacije.

## TURISTIČKI PROMET:

Na nacionalnoj razini Hrvatska turistička zajednica registrirala je tokom 2014. godine 66,5 miliona noćenja i 13,1 miliona dolazaka. U odnosu na 2013. godinu to predstavlja 2,6% više noćenja, odnosno 5,6% dolazaka.

Turistička zajednica Istarske županije u 2014. godini registrirala je 22.274.541 noćenja 1% više nego u 2013. godini. Dolazaka je ostvareno ukupno 3.272.280 što predstavlja 2% više nego u protekloj 2013. godini.

U sveukupnom turističkom prometu na području Istre udio Turističke zajednice grada Buja iznosi 0,7% u noćenjima i 0,98% u dolascima.

Kako je u uvodnom dijelu navedeno na području Turističke zajednice grada Buja ostvareno je ukupno 155.015 noćenja što je za 8% manje nego u 2013. godini i 31.987 dolazaka što je što je isto za 8% manje nego u 2013. godini.

Najveći promet ostvarili su njemački gosti 50.014 noćenja sa udjelom od 32,72% i sa 6793 dolazaka što predstavlja porast za 2%. Gosti iz Slovenije sa ukupnim udjelom od 15,47% na drugom su mjestu po ostvarenom broju dolazaka 23.652 i noćenja 5.705 iako su ove godine zabilježili pad od 20% u odnosu na broj noćenja i 21% u odnosu na broj dolazaka.

Sa udjelom od 15,23% gosti iz Italije na trećem su mjestu sa ostvarenih 23.280 noćenja 1% manje nego protekle godine i sa 7.862 dolazaka što predstavlja 3% više nego protekle godine što dokazuje da su kraće boravili. Ohrabruje činjenica da je broj talijanskih gostiju u odnosu protekle krizne godine u porastu.

Povećanje broja dolazak i noćenja od 4% 23.064 noćenja i 4.810 dolazaka zabilježili su gosti iz Austrije te sa udjelom od 15,09% nalaze se na četvrtom mjestu po ostvarenom prometu.

Na petom mjestu sa udjelom od 5,11% nalaze se gosti iz Češke koji su ostvarili 7.808 noćenja 5% manje i 1287 dolazaka 3% manje nego protekle godine.

Najveći pad broja noćenja i dolazaka ostvarili su gosti iz Velike Britanije od 65% 1.712 u odnosu na 4.866 noćenja i 292 u odnosu na 843 dolazaka. Udio turističkog prometa gostiju iz Velike britanije iznosi 1,12%.

Isto tako pad broja noćenja od 46% i dolazaka od 50% zabilježili su gosti iz Poljske i to 1.762 u odnosu na 4.039 noćenja i 301 u odnosu na 597 dolazaka.

Gosti iz ostalih zemalja imaju uglavnom udio u turističkom prometu ispod 1%

Domaći gosti ostvarili su na području Turističke zajednice grada Buja 1.515 noćenja i 750 dolazaka 38% manje sa udjelom od 0,97%

Na području Turističke zajednice grada Buja najviše je noćenja ostvareno u apartmanima 56,12%, u kampu 25,62%, u hotelskom smještaju 8,58%, te u ostalom privatnom smještaju 9,68%.

Tokom 2014. godine zabilježen je veći obilazak i interes domaćih i stranih gostiju izletnika za turističke proizvode u unutrašnjem dijelu područja od Vinskih cesta, Cesta maslinovog ulja, kulturnih znamenitosti, bike i pješačkih staza, gourmet ponude, kao i manifestacija namijenjenim upravo navedenim proizvodima destinacije.

Posebni interes i posjećenost privlači trasa nekadašnje uskotračne željezničke pruge Parenzane, koja je pretvorena u pješačko biciklističku stazu.

## 1. Vizija i ciljevi

### 1.1 Strateški ciljevi marketinške politike

"Pozicionirati Istru u krug poznatih europskih turističkih destinacija kao jednu od poželjnijih destinacija za odmor, čija se ponuda temelji na doživljaju, u skladu s održivim i odgovornim razvojem." Vizija je koju je Turistička zajednica Istarske županije utvrdila u svojim strateškim dokumentima, a utvrđeni su i slijedeći ciljevi za 2014. godinu:

#### a) Realizacija sezone, tržišta, marketinška komunikacija:

- Povećanje fizičkog obujma prometa od 1% u odnosu na procjenu ostvarenja za 2014. Godinu
- Povećanje dolazaka/noćenja u pred i posezoni
- Fokus na tržišta koja mogu dodatno popuniti kapacitete u pred i posezoni (D, A, GB, Skandinavija; vratiti Ruse i HOL)
- Povećanje fizičkog obujma prometa u Zračnoj luci Pula za 10% uz otvaranje novih zračnih linija te intenziviranje postojećih linija u pred i posezoni
- Fokus na PR aktivnosti i e-marketing, viralni marketing
- Fokus na megaevente/festivale/sport
- Unapređenje proizvoda Istre, jačanje njihove pozicije na tržištu te konkurentne prednosti
- Poticanje, razvoj i specijalizacija novih proizvoda: mali obiteljski kampovi, mali hoteli, privatni B&B i poticanje kreiranja DMC subjekata

#### b) Transformacija sustava po DMO principu, usaglašavanje s novim zakonskim paketom, suradnja javnog i privatnog sektora

- Uspješno proveden 'tranzicijski period' - usklađenje s novim zakonskim paketom, donošenje i usklađenje s novim Master planom (strateškim marketing planom) 2015.-2020.
- Transformacija sustava TZ u sustav DMO (RMO)
- Suradnja privatni/javni sektor i stvaranje povoljne klime za nove investicije (golf, zabavni parkovi, marine, plaže)
- Priprema projekata za EU fondove i korištenje mogućnosti EU
- Poboljšanje osposobljenosti zaposlenih u turizmu  
bili su usko povezani s vizijom i ciljevima clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, pri čemu je jedan o prvih ciljeva Marketing plana TZIŽ za 2014. godinu, povećanje fizičkog obujma prometa od 1% u odnosu na procjenu ostvarenja za 2014. godinu u potpunosti realiziran

### 1.2 Ciljevi Marketing plana clustera i TZ Buje u 2014. godini

U skladu sa navedenim ciljevima Turističke zajednice istarske županije utvrđeni su ciljevi Marketing plana clustera za Umag, Novigrad, Buje i Brtonigla za 2014. godinu:

U 2014. godini programske aktivnosti usmjerujemo na ranije definirane slijedeće ciljeve.

- Povećanje noćenja i cjelokupnog turističkog prometa za 3% u odnosu na 2013.
- Zaštita fizičke okoline uz sve ekološke standarde, značajnog resursa za daljnji turistički razvoj.
- Organiziranje i provođenje aktivnosti za očuvanje identiteta, tradicije i običaja na području Buja.
- Daljnje razvijanje cjelovite turističke ponude, kao i selektivnih oblika turizma, sa unapređenjem turističke kvalitete i sadržaja turističkih proizvoda
- Povećanje i podizanje razine kvalitete smještajnih kapaciteta posebno u privatnom smještaju .

- Daljnja nadogradnja web portala na nivou clustera.
- Povećanje iskoristivosti smještajnih i drugih kapaciteta sa naglaskom na produženje turističke sezone, podizanje nivoa kvalitete.
- Utjecati na ponovljeni dolazak gostiju
- Aktivnosti Turističkih zajednica clustera usmjeriti na razvoj četiri utvrđena elementa:
  - \* Sport – aktivan odmor, zabava
  - \* Gourmet – gourmet ponuda, vrhunska vina, kvalitetna maslinova ulja, vrhunski restorani i konobe
  - \* Priroda – kampovi, aktivnosti u prirodi, uživanje u krajoliku
  - \* More – hoteli i apartmani, wellness i nautički turizam
- Jačati suradnju privatnog i javnog sektora
- Stručna edukacija u turizmu
- Afirmacija područja clustera na međunarodnom turističkom tržištu kroz učinkovitu promociju

Svi postavljeni i ciljevi clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje realizirani su izuzev povećanja obujma turističkog prometa od 3% što nije realizirano iz razloga navedenih i uvodu.

## 2. Administrativni marketing

### 2.1 Turistički ured

Turistički ured provodio je aktivnosti utvrđene Programom rada kao i Zakonom o turističkim zajednicama i promociji hrvatskog turizma, kao što su stručno administrativni poslovi oko pripreme sjednica tijela Turističke zajednice i provođenje odluka tijela Turističke zajednice, poslove evidencije i prijave gostiju, priprema i dostava statističkih podataka u skladu sa važećim propisima, pravne, opće i financijske poslove, kao i ostale poslove utvrđene Zakonom.

Turistički ured radio je svakodnevno od 8.00 do 15.00 sati. U periodu od 01. lipnja do 15. listopada 2013. godine ured je radio svakodnevno u periodu od 8.00 do 20.00 sati.

Stručnu praktičnu nastavu tokom godine obavljali su učenici Srednje škole „Vladimir Gortan“ Buje usmjerenja hotelsko turistički tehničar i ekonomski tehničar.

Podijeljena je velika količina promo materijala, a gostima su pružene tražene informacije.

U sklopu turističkog ureda djeluje i turističko informativni centar.

### 2.2 Rad tijela Turističke zajednice

Tokom 2014. godine aktivno su radila sva tijela Turističke zajednice. Skupština zajednice sastala se tri puta, Turističko vijeće zajednice sastalo se dva puta i Nadzorni odbor zajednice sastao se dva puta. Sva navedena tijela Turističke zajednice radila su u skladu sa utvrđenim zadaćama na temelju zakona u Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. Kako je 2014. godina bila izborna godina u Turističkoj zajednici grada Buja, u mjesecu lipnju održana je izborna sjednica Skupštine Turističke zajednice grada Buja na kojoj su u skladu sa Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma uspješno izabrana sva tijela Turističke zajednice koja su uspješno nastavila sa radom u skladu sa programskim aktivnostima zacrtanim od strane Skupštine u starom sazivu.

## **SURADNJA SA OSTALIM TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA I POSLOVNIM PARTNERIMA:**

Nastavljena je ranije uspostavljena suradnja sa turističkim zajednicama i glavnim dionicima na nivou clustera, posebno na područjima aktivnosti od razvoja zajedničkih proizvoda,

manifestacija, promocije i e- marketinga. Sve su navedene aktivnosti popraćene i tiskanjem zajedničkih promo materijala i u 2014. godini, a sve na temelju Marketing plana clustera za 2014. godinu.

Nastavljena je suradnja i sa ostalim turističkim zajednicama na području Istre, Turističkom zajednicom Istarske županije i Hrvatskom turističkom zajednicom, kao i sa pojedinim turističkim agencijama.

Za istaknuti je i suradnju sa Gradom Buje, većinom udruga, Mjesnim odborima, Pučkim učilištem, školama i vrtićima, i to najviše kod organizacije manifestacija.

Nastavljena je i suradnja u svrhu obavljanja praktične nastave učenika i sa Srednjom školom „Vladimir Gortan“ iz Buja.

Učenici gospodarske škole Buje usmjerenja kuhar i konobar isto tako obavljali su dio svoje praktične nastave posredstvom Turističke zajednice.

### 3. Dizajn vrijednosti

#### 3.1 manifestacije

I u 2014. godini Turistička zajednica grada Buja nastavila je praksu organiziranja je i suorganiziranja zajedno sa Gradom Buje, Otvorenim učilištem, mjesnim odborima i raznim udrugama, veći broj manifestacija tokom čitave godine razvijajući tako lokanu tradiciju, običaje, igre, kao i ruralna područja, a obogaćujući i promovirajući tako svoju ponudu posebno u periodu izvan glavne turističke sezone.

Organizirane manifestacije podijeljene su u slijedeće grupe:

#### \* Gourmet manifestacije

- „**Luganigada**“ /Festival domaćih kobasica/, Marušići, 24. do 26. siječanj, tradicionalna 22. po redu manifestacija.. U petak 24. siječnja u konobi „Atelier“ održano je gourmet natjecanje na kojemu su učestvovala konobe „Atelier“ Marušići, „Dorijana“ Livade i Agroturizam „Radešić“ Punta Krasica. Svi navedeni ugostitelji pripremili su za posjetitelje raznovrsne menue sastavljene svakako sa tradicionalnom domaćom kobasicom. Tom prigodom predstavljeni su i vrhunski terani Bujštine Kozlović, Coronica i Kabola kao i kvalitetna maslinova ulja. Posjetitelji među kojima su u većini bili novinari birali su najukusnija jela te večeri.

Drugoga dana manifestacije održano je finalno natjecanje u pripremanju istarskih kobasica, nakon „kvalifikacija“ koje su održane tokom mjeseca siječnja na području Bujštine.

Organizacijom ove manifestacije pridonijelo se valorizaciji domaće istarske kobasice kao izvornog domaćeg proizvoda i sve veće prepoznatljivosti područja Buja i clustera kao kvalitetne gourmet destinacije.

Uz Luganigadu održano je i natjecanje domaćica u pripremi domaćih kroštola na kojemu je učestvovalo 20 domaćica.

- „**Dani školjaka**“ od 10. veljače do 23. ožujka, gourmet manifestacija na nivou clustera održana je drugu godinu za redom uoči početka turističke sezone u svrhu dovođenja gostiju i promocije gourmet ponude destinacije. Na manifestaciji je učestvovalo 10 ugostitelja. Na predstavljanju manifestacije promovirana su i vrhunska vina sa vinske ceste Bujštine kao i kvalitetna maslinova ulja.

- **Susreti «OLEUM OLIVARUM»**, Krasica, 08. i 09. ožujak 2014. godine. Susreti su održani 17. puta za redom. Osjenjivalo se ukupno 176 uzoraka maslinovog ulja sa područja Istre, Dalmacije, kvatarskih otoka, Italije i Slovenije, a učestvovalo je 160 maslinara.

Podijeljeno je 96 zlatnih, 44 srebrnih i 22 brončana odličja.

U sklopu manifestacije održan je sajam extra djevičanskog maslinovog ulja, cooking show uz nastup kuharskog majstora Alma Čatlaka sa TV emisije Dobro jutro Hrvatska, otvorena vrata kušaonica maslinovog ulja, kao i likovni natječaj na temu maslina sa 120 radova.

Organizacijom manifestacije dat je veliki doprinos u razvoju oleo turizma na našem području. - Od 24. ožujka do 15. svibnja održani su osmi po redu **Dani istarskih šparoga** na nivou clustera.

Manifestacija je organizirana od strane Turističkih zajednica clustera u učestvovalo je 34 konoba i restorana sa područja clustera od čega 14 sa područja Grada Buja.

Posebno predstavljanje manifestacije održano je u Italiji, Sloveniji i Austriji.

Predstavljanje manifestacije medijima održano je i u restoranu „Stari Kaštel“ 21. ožujka, dok je slijedeći dan za inozemne novinare koji su prisustvovali predstavljanju manifestacije organizirano branje šparoga.

**-ZLATNA ŠPAROGA**, Buje, 22. travanj 2014. Međunarodno gourmet natjecanje u pripremi jela od šparoga ove je godine održano u restoranu „Stari kaštel“. Na natjecanju su učestvovali predstavnici Hrvatske, Italije i Slovenije, a ujedno je novinarima predstavljen program predstojeće Šparogade u Kaštelu. Uz gourmet natjecanje predstavljena su i vina sa bujske Vinske ceste, kao i kvalitetna maslinova ulja sa Cesta maslinovog ulja.

- **«ŠPAROGADA»**, Kaštel - Kaldanija, od 21. do 27. travnja, tradicionalna 17. po redu Šparogada. Šparogadi u Kaštelu prethodila je proslava Uskršnjeg ponedjeljka u Kaldaniji.

Povodom šparogade u Kaštelu održano je natjecanje u branju šparoga, izložba i degustacija jela na bazi šparoga, priprema velike "Fritaje" sa šparogama, cooking show, kao i bogati kulturni, zabavni i sportski program. Po prvi puta organizirano je i gourmet natjecanje Šparoga Cup na kojemu su učestvovali profesionalni kuhari odnosno kuharice.

Gost manifestacije bio je ministar turizma Darko Lorencin koji je i nagradio najbolje kuhare na natjecanju.

- **«Dan otvorenih vinskih podruma»**, 25. svibanj 2014. Tradicionalna manifestacija koja se povodom Svjetskog dana vina održava na području Istre svake godine posljednje nedjelje u mjesecu svibnju. Tim povodom veliki broj posjetitelja posjetio je vinare na Vinskoj cesti Bujštine.

- **„U carstvu muškata“** 25. srpanj, Momjan, šesti po redu susret muškata i umjetnosti. Uz veliki broj posjetitelja na zanimljivoj i slikovitoj lokaciji pokraj Momjanskog kaštela i u samom kaštelu. Za tu je priliku posebno režiran igrokaz posvećen povijesti momjanskog muškata od strane Rosanne Buble glumice talijanske drame HNK Ivana pl. Zajca iz Rijeka, u umjetničkom dijelu programa kao gosti nastupili su članovi mješovitog pjevačkog zbora Zajednice talijana iz Momjana, poznati harmonikaš Manuel Šavron, kao i Antun Stašić & Maestro orchestra.

Svoje su muškate posjetiteljima ponudili „momjanski muškatori“ Kozlović, Markežić, Sinković, Prelac i Brajko.

Manifestacija je organizirana u svrhu valorizacije momjanskog muškata kao i prezentacije područja Momjana.

- **«Dani grožđa»** Buje, od 19. do 21. rujna. Tradicionalna kulturno, zabavna i sportska manifestacija sigurno najstarija na ovim područjima. Uz bogat i sadržajan program organizira se u prvom redu radi očuvanja običaja, tradicije pjesme i igara sa ovih područja.

Sastavljen je bogati program proslave manifestacije.

Veliku pozornost mnogobrojne publike privukli su događaji na Bakhovom dvoru u starogradskoj jezgri gdje su se mnogobrojni posjetitelji okupili oko velike bačve sa grožđem koje su gnječile bosonoge djevojke u ritmu glazbe.

Gosti su na Bakhovom dvoru mogli kušati i tradicionalno bujsko vino „Mistelu“.

- **„Zlatna fritula“**, Krasica 17. listopada, izložba i degustacija domaćih fritola tradicionalne slastice sa ovih prostora. Održana je po drugi puta, a učestvovala su 22 domaćice. Podijeljene su nagrade za prvo, drugo i treće mjesto.



- „Dani švoja“ od 20. listopada do 30. studenog manifestacija organizirana na nivou clustera turističkih zajednica Umaga, Novigrada, Buja i Brtonigle, uz učešće 18 restorana /iz gourmet vodiča Istre/ sa područja clustera koji su u navedenom periodu na meniju imali najmanje četiri slijeda na bazi švoje sljubljena sa lokalnim vinima i maslinovim uljima. Manifestacija je bila predstavljena u Zagrebu kao i u Italiji, Sloveniji i Austriji.

-**Dani Momjanskog muškata i tartufa**, manifestacije je održana po prvi puta na području momjanštine u periodu od 03. do 11. studenog u suradnji sa lokalnim ugostiteljima i proizvođačima Momjanskog muškata, a sve u svrhu valorizacije i promocije Momjanskog muškata sa sveukupnom gourmet ponudom.

-**«Sv. Martin», Momjan**, od 07. do 12 studenog, tradicionalna manifestacija, u sklopu koje je održana je degustacija sa ocjenjivanjem za najbolja crna vina, malvazije i muškate lokalnih proizvođača, a na Vetrini muškata posjetitelji su u trodnevnom ocjenjivanju izabrali tri najbolja muškata od Momjana za 2014. godinu.

Program je još bio sastavljen od kulturnih, sportskih, zabavnih sadržaja i međunarodnog susreta bikera.

Organiziran je i obred krštenja mošta Momjanskog muškata.

- „**Dani jadranskih lignji**“, od 01. prosinca do 06. siječnja, treće izdanje gourmet manifestacije na području clustera sa kojom nastavljamo svoju gourmet priču u prvom redu sa ciljem dolaska gostiju u periodu izvan glavne turističke sezone. Ove je godine u programu učestvovalo 16 restorana na području clustera. Predstavljanje za medije održano je u Zagrebu, Beču i Grazu.

#### **\* Turističko kulturne manifestacije:**

- **«Karnevalske priredbe»**, održane su u nedjelju 02. ožujka sa maškaranim mimohodom gradskim ulicama.

U utorak 04. ožujka održan je dječji karneval sa mimohodom gradskim ulicama.

Ključeve Grada ove su godine dodijeljene maškaranoj skupini „Sove“ iz Tribana.

- **«IstraArt»**, proslava Sv. Servula 24. svibnja, Međunarodni likovni natječaj u kategoriji Ex tempore i gotovih radova. U sklopu manifestacije u gradskoj galeriji „Orsola“ otvorena je izložba radova Emila Knapića umjetnika iz Poreča. Zajedničko druženje uz izložbu i degustaciju domaćih kolača i podjelu nagrada uz prigodni program održano je na Trgu Sv. Servula.

- „**4. Vespa susret**“. 01. lipanj, međunarodni susret ljubitelja „Vespa“ skutera. Nekoliko stotina motorista obišlo je Buje, vinariju Celega kao i područje Momjanštine te „Bujsku pivovaru“

- „**Festival dell'Istoveneto**“ Buje 04. - 07. lipanj, manifestacija kulturnog karaktera po treći puta organizirana u svrhu očuvanja Istrovenetskog narječja. Program se odvijao u prostorijama Pučkog učilišta, Zajednice Talijana i u starogradskoj jezgri. Održan je i drugi festival neizdanih skladbi na istrovenetskom narječju na Trgu J. B. Tita, U vrijeme trajanja manifestacije bujski ugostiteljski objekti nudili su gostima tradicionalne i jednostavne menue po povoljnijim cijenama na temelju prijašnjeg dogovora sa istima.

-**Svečanost Hrvatskih vinskih vitezova**, Buje, 07. lipanj, nakon mimohoda gradskim ulicama u Bratovštinu Hrvatskih vinski vitezova primljen je 21 novi član dok ih je 19 promaknuto. Ceremonijal je održan u crkvi Sv. Servula u Bujama.

-**Mjesna fešta u Kršetama**, 28. i 29. lipnja, tradicionalna pučka fešta sa zabavno kulturnim programom uz smotru old timer traktora

- „**Marušićanska fešta**“, 05. i 06. srpanj uz bogati kulturno, sportski i zabavni program održan je i IX Susret malih sastava gunjaca i pišćaca, tradicionalne glazbe ovih prostora.

- **Vizura aperta**, 29.srpanj do 02. kolovoz, Momjan festival vizualnih i audio medija.

Festival je održan 15. puta za redom. I ovaj je puta kustosica festivala Davorica Perić okupila učesnike iz nekoliko europskih zemalja.

Festival Vizura aperta orijentiran je na projekte prostorne intervencije koji se referiraju na arhitekturu i pejzaž, preispituju prostorne diskurse i komunikaciju kroz audio i vizualne radove. Ove je godine tema festivala bila je slobodno vrijeme i dokolica.

- **Films&Wine** manifestacija u sklopu Bujskog kulturnog ljeta održana je 01. kolovoza, u starogradskoj jezgri na Trgu Sv. Servula.

Prikazano je nekoliko kratkometražnih filmova autora sa Bujštine kao i učesnika momjanskog festivala Vizura aperta. Tokom večeri održana je degustacija vina vinara sa vinske ceste Bujštine Frankovića, Celege, Gambaletta i Bassanesea.

- „**Dan Kanegre**“ 12. srpanj, uz zabavni program organiziran je i sajam autohtonih proizvoda, vina, meda, ulja, lavande, suvenira...

Priredjen je poseban dječji program kao i XC biciklistička utrka.

- „**Ljetni karneval**“ Kanegra, 12. kolovoz, zabavna večer uz nastup više karnevalskih skupina i gostiju u naselju.

- „**Vino i gitare**“ Momjan – Sv. Mauro 29. kolovoz, uz degustaciju vina sa područja momjanštine na prostoru vidikovca Sv. Mauro održan je koncert na klasičnoj gitari uz nastup Maria Šimunovića i Zdenke Žibert.

- Tradicionalne mjesne fešte, tokom ljetnih mjeseci, održane su još gotovo u svim naseljima na području Grada Buja: Triban, Krasica, Oskuruš, Krog.

- „**Sajam Sv. Nikole**“, Buje, 06. i 07. prosinac, sajam je održan na Trgu Sv. Slobode sa posebnim programom za najmlađe u Gradskom muzeju

#### **\* Sportske manifestacije:**

- «**Novogodišnja biciklijada**» 01. siječanj, Već tradicionalna mtb biciklijada održana za Novu godinu sa velikim brojem učesnika. Vožena je dionica od Kanegre do Umaga.

- „**100 Miles of Istria**“ 12. travanj međunarodna trekning utrka sa nekoliko stotina učesnika,

- **Međunarodni konjički turnir** u preponskom jahanju, održan je 4. puta 01. svibnja na sportskoj zoni u Bujama. Turnir je održan uz pomoć Konjičkog kluba Katoro Umag, uz podršku sponzora, a veliki broj posjetitelja sa zanimanjem je pratilo natjecanje.

-**Otvorenje prve dionice Europskog pješačkog puta E-12**, održano je u Bujama 15. lipnja. Mnogobrojne učesnike pohoda iz Hrvatske, Slovenije, Italije i Makedonije, koji je tom prilikom organiziran pozdravili su predsjednici Istarskog i Hrvatskog planinarskog saveza.

- **Međunarodni plivački maraton Kanegra-Portorož**, 29. lipanj. Ove je godine održan po sedmu puta uz nastup plivača iz Hrvatske, Slovenije, Italije i Austrije.

- **Eko-bike maraton** kroz bujske vinograde, 21.rujan, Buje, međunarodna biciklistička mtb manifestacija organizirana povodom proslave Praznika grožđa u Bujama.

Učestvovao je veliki broj ljubitelja brdskog biciklizma iz Hrvatske, Austrije, Italije i Slovenije.

- MTB rekreacijske biciklijade u sklopu mjesne fešte u Marušićima, Sv. Jurja u Tribanu i Susreta „Oleum Olivarum“ u Krasici.

Zbog atraktivnosti staza biciklijadama se uvijek odazivao veliki broj učesnika iz Hrvatske, Italije i Slovenije.

- „Istria Granfondo“ 05. listopada, Međunarodna cestovna biciklistička manifestacija.

### 3.2 Razvoj proizvoda

I tokom 2014. godine veliki je broj aktivnosti održan je vezano za nastavak razvoja osnovnih turističkih proizvoda bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet na nivou clustera, za što je organiziran veliki broj manifestacija, događanja i edukacija, a sve u svrhu pozicioniranja i prepoznatljivosti clustera Umag, Novigrad, Buje i Brtonigla kao i kreiranja događaja posebno u periodima izvan glavne turističke sezone. Navedenim aktivnostima doprinijelo se produženju turističke sezone i stvaranju posebnosti destinacije.

#### 3.2.1. Bike

Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje postaje poželjana, prepoznatljiva i kvalitetno organizirana biciklistička destinacija sa zadovoljavajućom ponudom i za najzahtjevnije ljubitelje biciklizma svih kategorija. Primarni cilj je dovođenje što većeg broja cikloturista u periodima izvan glavne turističke sezone, kao i povećanje broja noćenja na tom segmentu..

Tokom godine konstantno se radilo na održavanju bike infrastrukture od uređenja staza, postavljanja i obnavljanja signalizacije sa info tablama na stazama i uz staze.

Unaprijeđena je i ponuda u smještajnim objektima sa oznakom Bike Hotels na području clustera, gdje su uvedeni bike experti, izdane Bike service card kao i mogućnost najma GPS uređaja.

Tokom godine održane su i promotivne aktivnosti po pitanju promocije bike ponude njih 9 od toga 6 u inozemstvu i 3 u Hrvatskoj, 13 novinara boravilo je u organiziranom posjetu našoj destinaciji upoznavajući se sa bike ponudom, realizirane je i video i foto produkcija, nadograđen je clusterski portal sa bike ponudom, objavljeno je nekoliko promotivnih materijala vezano za tu vrstu proizvoda, a uspostavljena je i suradnja sa proslavljenim biciklistom Vladimirom Miholjevićem vezano za razvoj bike proizvoda. Tokom godine organizirano je preko dvadesetak rekreativnih biciklijada i nekoliko natjecateljskih a posebno je za izdvojiti treće izdanje biciklističkog maratona Istria Granfondo.

#### 3.2.2 Wellness

Na području clustera postoji preko 10 000 m<sup>2</sup> površina pod kvalitetnom wellness ponudom sa raznovrsnim programima. I kod wellnessa kao turističkog proizvoda cilj je postati prepoznatljiv.

Organizirana je promocija wellness proizvoda na specijaliziranim sajmovima: 3 (2 u inozemstvu SPA-CE (Mađarska), Wellness und Gesund Messe (Austrija) / 1 u Hrvatskoj - Umag Sport.

Organizirane su isto tako prezentacije i promocije: 4 (3 u inozemstvu Beč, London i München u sklopu promocije programa Hrvatska 365/ 1 u Hrvatskoj), dovedeni su novinari u organiziranom posjetu: 5 (iz inozemstva), objavljeno 45 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, a tokom godine održana su i tri eventa: Wellness moments, Welldays i Sensa vikend.

I za proizvod wellness realizirana je video produkcija.

#### 3.2.3 Nogomet

Aktivnosti oko razvoja nogometa kao turističkog proizvoda odvijale su se na području clustera pretežno u zimskom periodu organiziranjem trećeg po redu međunarodnog nogometni turnira Istria Winter Cup.

Organizirani su nastupi na sajmovima: 5 (4 u inozemstvu / 1 u Hrvatskoj), objavljeno je čak 75 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, izrađena je foto i video produkcija proizvoda nogomet.

### **3.2.4 Tenis**

Cilj je Clustera Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje postati vodeća destinacija tenisa u Hrvatskoj. I tenis kao turistički proizvod osim u glavnoj turističkoj sezoni nudi se i u periodima predsezone i posezone.

Vezano za promociju organizirani su nastupi na specijaliziranim sajmovima: 2 (1 u inozemstvu i 1 u Hrvatskoj), organizirane prezentacije i promocije: 4 (3 u inozemstvu - Bierfeld (Austrija), Beč (Austrija) i 1 u Hrvatskoj. Organiziran posjet novinara: 7 (iz inozemstva), objavljeno 23 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, nastavljena je foto i video produkcija tenisa kao proizvoda.

### **3.2.5. Gourmet**

Kao i kod razvoja prethodnih proizvoda tako je i kod razvoja gourmeta osnovni određeni cilj postati prepoznatljiv i kvalitetan u tom segmentu. Mnogo je zacrtanih aktivnosti sa različitim sadržajima provedeno tokom čitave godine u svrhu razvoja gourmet proizvoda. Posebno treba istaknuti organizaciju gourmet manifestacija Dani istarskih šparoga, Dani švoja, Dani jadranskih lignji i Dani školjaka.

U dijelu promocije organizirane su prezentacije i promocije: 9 (4 u inozemstvu / 5 u Hrvatskoj), organizirani posjet novinara: 28 (iz inozemstva), realizirane marketinške kampanje u Sloveniji, Austriji, Italiji, Njemačkoj, objavljeno 165 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu, ažurirana je prezentacija proizvoda i ponude unutar cluster portala, realiziran je tisak promotivni materijali: letci gourmet manifestacija kao i prezentacijska brošura gourmet proizvoda.

Uvijek u cilju promocije gourmet ponude destinacije u 2014. godini po prvi puta je u mjesecu studenom na području Momjana organizirana gourmet manifestacija Dani Momjanskog muškata i tartufa u suradnji sa lokalnim ugostiteljima i vinarima.

### **3.2.6. Valorizacija Muškata momjanskog**

I u 2014. godini Turistička zajednica nastavlja zajedno sa Udrugom proizvođača Momjanskog muškata „vino momilianum“ i Gradom Buje realizaciju Programa valorizacije Momjanskog muškata.

Nastavljena je i planirana suradnja na tom planu sa porečkim Institutom za poljoprivredu i turizam te su na temelju Ugovora nastavljene aktivnosti na Programu sadnje i dobivanju certificiranog sadnog materijala, kao i na izradi tehničke dokumentacije za zaštićenu oznaku izvornosti vina Muškata momjanskog. Navedeno predstavlja osnovu za daljnji značajniji razvoj Muškata momjanskog svakako branda ne samo momjanštine nego i šire.

## **3.3 Uređenje mjesta**

### **3.3.1. Uređenje turističkih mjesta**

Temeljem programa rada za 2014. Godinu radilo se na uređenju turističkih mjesta, kao i Bujske starogradske jezgre. Aktivnosti su održane u suradnji sa lokalnom samoupravom i udrugama na području grada Buja.

Uređena su izletišta i vidikovci na području Momjana, Marušića, Krasice i Kršeta.

Nasipana je i više puta pokošena i očišćena od raslinja trasa Parenzane od graničnog prijelaza Plovanija do Grožnjana u dužini od 24 km, kao i odvoz otpada sa odmorišta koji se nalaze uz trasu Parenzane. Uređen je i prostor nekadašnje željezničke postaje Triban.

Uređivale su se i ostale bike staze na području Buja, isto tako i markirane pješačke staze, a započeli su radovi i na uređenju šetnice sa sjeverne strane bujske starogradske jezgre.

Pokošeno je i više prilaza bike stazama.

U suradnji sa ronilačkim klubom iz Umaga i njihovim gostima ronilačkim klubovima iz drugih krajeva Hrvatske, očišćeno je podmorje uzduž plaže u Turističkom naselju Kanegra.

### 3.3.2. Neka moja Istra blista /Ekologija/

Prema posebno utvrđenom programu provodila se tradicionalna eko akcija NEKA MOJA ISTRA BLISTA. Utvrđena tema akcije od strane Turističke zajednice Istarske županije u 2014 godini bila je: **Zaštita ugroženih životinja i biljaka, a moto pod kojim se akcija provodila bio je: Priroda je zajednički dom. Pomognimo im!**

Tim povodom uređena su izletišta i prirodne znamenitosti na području Krasice, Tribana, Burola i Kršeta

U suradnji sa osnovnim školama organizirana je sadnja cvijeća i ukrasnog bilja uz edukaciju.

Eko akcija provodila se u suradnji sa lokalnom samoupravom, Mjesnim odborima kao i pojedinim udrugama i osnovnim školama

## 4. Komunikacija vrijednosti

### 4.1 Online komunikacija

I u 2014. godini turističke zajednice clustera nastavile su implementaciju i primjenu zajedničkog vizualnog identiteta tako i na području e-marketinga.

Na temelju zaključaka sa DMM radionice održane tokom 2010. godine uspostavljen je centralni portal za područje clustera <http://www.coloursofistria.com/>.

Na taj je način upotpunjena promocija na području e-marketinga.

Za 2014. godinu bile su planirane te realizirane slijedeće aktivnosti:

- isporučeni su e-projekti:
  - \* mobilna verzija stranice
  - \* mobilna aplikacija
  - \* pojednostavljen prikaz smještaja
- ostvarena intenzivna prisutnost na društvenim mrežama sa fokusom na Facebook te je uvedena nova platforma za komunikaciju – Blog
- nastavljena optimizacija stranica sa ciljem postizanja što boljeg SERP-a a sukladno SEO analizom i strategijom ključnih riječi sa ciljem
- realizirana e-promocija destinacije sukladno planu sa promocijom na društvenim mrežama te adwords i image/banner kampanjama
- prijevod stranica na slovenski jezik

### 4.2 Offline komunikacija

## OGLAŠAVANJA I ODNOSI S JAVNOŠĆU:

Marketing planom clustera za 2014.godinu utvrđene su PR aktivnosti, gdje su projektni timovi za razvoj pojedinih proizvoda posebno planirali angažiranje PR predstavnika za hrvatsko, talijansko i njemačko govorno područje.

Vezano za samostalno oglašavanje objavljeno je i nekoliko TV i radio reportaža sa područja Buja, a i lokalne su novine dosta prostora posvetile aktivnostima Turističke zajednice. O pojedinim manifestacijama i turističkim proizvodima snimane su i posebne TV reportaže. Ekipe Hrvatskog radija emitirale su nekoliko emisija u živo upravo sa područja Buja i to u pravilu kao najavu za određenu manifestaciju. TV Istra isto je objavljivala reportaže sa područja Buja kao i najave za pojedine manifestacije uživo iz studija u Pazinu. Reportaže su snimane i od strane Radio i TV Koper-Capodistria. Samostalno se oglašavalo u domaćim i stranim specijaliziranim turističkim revijama. Kod organizacije prezentacija na u Italiji, Sloveniji i Austriji održavale su se u pravilu i press konferencije uz veliki odaziv tamošnjih novinara. Tokom godine ugostili smo više stranih novinara koji su na našem području boravili posredstvom Hrvatske turističke zajednice i TZIŽ. Slovenska televizija snimila je o objavila u udarnim terminima posebnu emisiju posvećenu upravo Bujama sa svim znamenitostima starogradske jezgre.

### **PROMOTIVNI MATERIJALI I BROŠURE:**

Sukladno odredbama Marketing plana clustera zajedno sa ostalim TZ-ovima u clusteru tiskane su tom 2014. godine slijedeće brošure i promo materijali:

- MTB mape
- Mape za cestovni biciklizam
- Prezentacijske brošure za bike, nogomet i wellness
- Kalendar manifestacija za 2014.
- Promo vrećice clustera
- Image katalog clustera

U zalihama smo imali dovoljnu količinu bike i gourmet vodiča koji nisu tiskani, a za koje je tisak predviđen tokom 2015. godine.

Turistička zajednica grada Buja samostalno je tiskala Plan grada Buja.

### **TURISTIČKA SIGNALIZACIJA:**

Tokom 2014. godine postavljeno je nekoliko ploča turističke signalizacije za novootvorene objekte koji nisu bili uključeni u ranije realizirani Program turističke signalizacije na području Grada Buja.

Isto tako postavljeno je odnosno obnovljeno desetak novih oznaka na bike stazama. Postavljene su dvije i dvije nove info bike table, kao i signalizacija za Europski planinarski put E - 12.

## **5. Distribucija i prodaja vrijednosti**

### **5.1 Sajmovi i prezentacije**

Tokom 2014. godine nastavljena je praksa nastupa na turističkim sajmovima posredstvom Hrvatske turističke zajednice i Turističke zajednice istarske županije za naša emitivna tržišta dostavljena je potrebna količina promo materijala područja clustera.

Zajedno sa turističkim zajednicama clustera održane prezentacije utvrđene Marketing planom clustera na specijaliziranim sajmovima za razvoj proizvoda bike, gourmet, wellness i kampovi na tržištima Italije, Slovenije, Njemačke i Austrije, kao je navedeno kod razvoja proizvoda.

U na domaćem tržištu predstavili smo se na:

- CroFish, Umag
- Sajam sporta, Umag
- Oleum Olivarum, Krasica
- Tuber fest, Livade

## 5.2. Studijska putovanja

Zajedno sa Turističkom zajednicom istarske županije i Hrvatskom turističkom zajednicom kao i sa turističkim zajednicama clustera realizirana je posjeta više predstavnika inozemnih turoperatora, predstavnika turističkih agencija i specijaliziranih novinara sa glavnih emitivnih tržišta našoj destinaciji, a sve u svrhu upoznavanja sa ponudom odnosno novitetima koje nudimo.

## 6. Interni marketing

### 6.1. Edukacija

Nastavljena je edukacija zaposlenika u turističkim zajednicama posredstvom Turističke zajednice Istarske županije i Hrvatske turističke zajednice. Održano je nekoliko edukacija po pitanju razvoja proizvoda, vođenja poslova i projekata sa dostavom stručne literature.

### 6.2. Koordinacija članova TZ-a

Tijekom godine održan je veći broj koordinacija direktora turističkih zajednica clustera vezano za tekuće aktivnosti u provođenju zacrtanih projekata, održane su i kordinacije članova odbora clustera uvijek u cilju praćenja realizacije marketing plana clustera. Redovito su održavane koordinacije projektnih timova clustera za razvoj pojedinih proizvoda u kojima su osim predstavnika TZ-ova uključeni i predstavnici privatnog sektora.

Isto tako na pozive Turističke zajednice Istarske županije redovito su održavane koordinacije direktora ureda turističkih zajednica sa područja istre.

## 7. Marketinška infrastruktura

### 7.1. Istraživanje tržišta

U svrhu praćenje realizacije manifestacija dani šparoga, i dani švoja u suradnji sa zagrebačkom agencijom Heraklea pokrenuta je inicijativa programa Mystery guest.

Po završetku i obavljenoj analizi rezultati su prezentirani i podijeljeni ugustiteljima učesnicima u manifestacijama Dani šparoga i Dani švoja, sa ciljem poboljšanja kvalitete cjelokupne usluge.

### 7.2. Baza fotografija i filmova

Konstantno je obnavljanja baza fotografija koje su korištene kod izrade i reprinta promotivnih materijala kao i za ažuriranje fotogalerije na web stranicama i kod promocije pojedinih proizvoda. Realizirana je i video produkcija za proizvode bike, wellness i nogomet.

## 8. Transfer boravišne pristojbe Gradu

Na temelju članka 20. Stavak 3. Zakona o boravišnoj pristojbi (Narodne novine br. 152/2008) Turistička zajednica je dužna od 65% sredstava boravišne pristojbe koja se uplaćuju na račun Turističke zajednice 30% doznačiti Gradu.

Za 2014. godinu uplaćen je iznos od 129.008,00 kuna

## 9.Financijsko izvješće za 2014.

Rd.broj	PRIHODI	Plan 2014	Rebalans 2014	ostvareno
<b>1.</b>	<b>PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE</b>	<b>530.000</b>	<b>450.000</b>	<b>430.685</b>
<b>2.</b>	<b>PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE</b>	<b>205.000</b>	<b>215.000</b>	<b>226.378</b>
<b>3.</b>	<b>PRIHODI IZ PRORAČUNA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
3.2.	za programske aktivnosti	0	0	0
3.1.	za funkcioniranje turističkog ureda	0	0	0
<b>4.</b>	<b>PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI</b>	<b>40.000</b>	<b>33.100</b>	<b>33.100</b>
4.1.	HTZ, Ministarstvo	30.000	15.000	15.000
4.2.	Ostali prihodi, za pješačke staze i Oleum olivarum	10.000	18.100	18.100
4.3.	Kreditno zaduženje	0	0	0
<b>5.</b>	<b>PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETH.GODINE</b>	<b>25.000</b>	<b>49.162</b>	<b>49.162</b>
<b>6.</b>	<b>OSTALI PRIHODI - nagradna igra za Dane grožđa</b>	<b>0</b>	<b>51.855</b>	<b>51.855</b>
	<b>UKUPNO PRIHODI:</b>	<b>800.000</b>	<b>799.177</b>	<b>791.180</b>
Rd.broj	RASHODI	Plan 2014	Rebalans 2014	ostvareno
<b>1.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>289.800</b>	<b>289.800</b>	<b>283.449</b>
<b>1.1.</b>	<b>RASHODI ZA RADNIKE</b>	<b>187.000</b>	<b>187.000</b>	<b>177.186</b>
1.1.1	Rashodi za radnike	187.000	187.000	177.186
<b>1.2.</b>	<b>RASHODI UREDA</b>	<b>92.800</b>	<b>92.800</b>	<b>103.966</b>
<b>1.2.1</b>	<b>Rashodi ureda</b>	<b>55.800</b>	<b>55.800</b>	<b>62.603</b>
1.2.1.1	Potrošni uredski materijal i mat za čišćenje	5.300	5.300	4.423
1.2.1.2	Struja, voda, komunalije i sl.	6.300	6.300	13.161
1.2.1.3	Usluge HT i HP, FINA, Banke	7.000	7.000	7.782
1.2.1.4	Kamate	10.000	10.000	9.677
1.2.1.5	Nabava opreme i održavanje	0	0	0
1.2.1.6	Premije osiguranja	1.200	1.200	1.228
1.2.1.7	Usluge knjigovodstva	26.000	26.000	26.333
<b>1.2.2.</b>	<b>Rashodi TIC-a</b>	<b>37.000</b>	<b>37.000</b>	<b>41.362</b>
1.2.2.1	Oprema za TIC	4.000	4.000	4.301
1.2.2.2	Usluge HT i HP	13.000	13.000	10.447
1.2.2.3	Ostali troškovi	20.000	20.000	26.614
<b>1.3.</b>	<b>RASHODI ZA RAD TIJELA TZ</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>2.347</b>
<b>2.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>154.961</b>	<b>236.403</b>	<b>234.987</b>
<b>2.1</b>	<b>POTPORE MANIFESTACIJAMA</b>	<b>91.000</b>	<b>137.702</b>	<b>137.427</b>
<b>2.1.1</b>	<b>Zabavne</b>	<b>56.000</b>	<b>108.702</b>	<b>108.447</b>
2.1.1.1	Cluster	20.000	71.132	70.901
2.1.1.1.1	Praznik grožđa	20.000	71.132	70.901
2.1.1.2	TZG Buje	36.000	30.070	37.546
2.1.1.2.1	Karnevalske priredbe	1.000	1.070	1.070



2.1.1.2.2	Ljetne priredbe u Kanegri	5.000	4.000	3.976
2.1.1.2.3	Božićno-novogodišnje priredbe	0	0	0
2.1.1.2.4	Mjesna fešta Triban	0	0	0
2.1.1.2.5	Priredbe uz Dragonju	30.000	37.570	32.500
<b>2.1.2</b>	<b>Kulturne</b>	<b>8.000</b>	<b>7.000</b>	<b>6.824</b>
2.1.2.1	Cluster	3.000	3.000	3.000
2.1.2.1.1	Ex tempore IstrArt	3.000	3.000	3.000
2.1.2.2	TZG Buje	5.000	4.000	3.824
2.1.2.2.1	Bujsko kulturno ljeto	5.000	4.000	3.824
2.1.2.2.2	Gunjci i piščaci, tradicionalna istarska glazba	0	0	0
2.1.2.2.3	Susret klapa	0	0	0
<b>2.1.3</b>	<b>Sportske</b>	<b>5.000</b>	<b>3.000</b>	<b>3.000</b>
2.1.3.1	Cluster	2.000	0	0
2.1.3.1.1	Beach sports	2.000	0	0
2.1.3.1.1.1	Odbojka na pijesku - Kanegra	2.000	0	0
2.1.3.1.2	Bike	0	0	0
2.1.3.1.2.1	Novogodišnja biciklijada	0	0	0
2.1.3.2	TZG Buje	3.000	3.000	3.000
2.1.3.2.1	Plivački maraton Kanegra - Portorož	3.000	3.000	3.000
2.1.3.2.2	Eko - Bike marathon Buje	0	0	0
2.1.3.2.3	Momjanski bike marathon	0	0	0
2.1.3.2.4	Pješačko-biciklistički pohod Parenzanom	0	0	0
<b>2.1.4</b>	<b>Gourmet</b>	<b>12.000</b>	<b>14.400</b>	<b>13.513</b>
2.1.4.1	Cluster	9.000	11.400	11.513
2.1.4.1.1	Dani maslinova ulja - Oleum Olivarum	3.000	5.400	5.337
2.1.4.1.2	Otvorena vrata vinskih podruma	0	0	0
2.1.4.1.3	Šparogada Kaštel	3.000	3.000	3.000
2.1.4.1.4	Martinje Momjan	3.000	3.000	3.176
2.1.4.2	TZG Buje	3.000	3.000	2.000
2.1.4.2.1	Luganigada Marušići	0	0	0
2.1.4.2.2	U carstvu muškata	2.000	2.000	2.000
2.1.4.2.3	Večer s bujskom mistelom	0	0	0
2.1.4.2.4	Films&vine	0	0	0
2.1.4.2.5	Vino i gitare	1.000	1.000	1.000
<b>2.1.5</b>	<b>Ekološke</b>	<b>5.000</b>	<b>4.600</b>	<b>4.587</b>
2.1.5.1	TZG Buje	5.000	4.600	4.587
2.1.5.1.1	Neka moja Istra blista	5.000	4.600	4.587
<b>2.1.6</b>	<b>Ostalo</b>	<b>5.000</b>	<b>19.000</b>	<b>18.788</b>
2.1.6.1	TZG Buje - uređenje naselja, pješačke staze	5.000	19.000	18.788
<b>2.2</b>	<b>POTPORA RAZVOJU DMO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
2.2.1	Turističke agencije i vodiči - prezentacije ponude	0	0	0
<b>2.3</b>	<b>POTPORA RAZVOJU DMK</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
2.3.1	Seminari u suradnji s TZIŽ	0	0	0
<b>2.4</b>	<b>RAZVOJ PROIZVODA</b>	<b>63.961</b>	<b>79.701</b>	<b>78.772</b>
2.4.1	Cluster	63.961	79.701	78.772
2.4.1.1	Nogomet	3.404	3.404	3.553
2.4.1.2	Tenis	0	0	0
2.4.1.3	Wellness	0	0	0

2.4.1.4	Bike	42.557	58.297	55.194
2.4.1.4.1	bike proizvod	15.157	15.157	14.313
2.4.1.4.2	bike signalizacija	8.400	8.780	8.780
2.4.1.4.3	održavanje staza	4.000	3.600	3.543
2.4.1.4.4	Održavanja Parenzane	15.000	30.760	28.558
2.4.1.5	Gourmet	18.000	18.000	20.025
2.4.2	TZG Buje	0	0	0
2.4.2.1	Izvorni suvenir	0	0	0
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>116.239</b>	<b>83.580</b>	<b>83.345</b>
<b>3.1</b>	<b>ONLINE KOMUNIKACIJA</b>	<b>19.239</b>	<b>21.573</b>	<b>21.350</b>
3.1.1	Internet oglašavanja	19.239	21.573	21.350
3.1.1.1	Istra D.M.C.	17.500	20.650	20.428
3.1.1.2	TZG Buje	1.739	923	923
<b>3.2</b>	<b>OFFLINE KOMUNIKACIJA</b>	<b>97.000</b>	<b>59.569</b>	<b>59.557</b>
3.2.1	PR AKTIVNOSTI	0	0	0
3.2.2	BROŠURE I TISKANI MATERIJAL	27.000	20.669	20.669
3.2.2.1	Cluster	19.000	12.169	12.169
3.2.2.1.1	Image katalog	4.000	4.389	4.389
3.2.2.1.2	Gourmet vodiči	4.000	0	0
3.2.2.1.3	Bike vodiči	5.000	141	141
3.2.2.1.4	Mape i vrećice	3.000	3.203	3.203
3.2.2.1.5	Kalendar događanja	3.000	4.436	4.436
3.2.2.2	TZG Buje	8.000	8.500	8.500
3.2.2.2.1	Plan grada i ostalo /vizitke, razglednice.../	8.000	8.500	8.500
3.2.3	INFO TABLE	10.000	3.900	3.888
3.2.3.1	Cestovna signalizacija	5.000	3.900	3.888
3.2.3.2	Panoi dobrodošlice	5.000	0	0
3.2.4	SMEĐA SIGNALIZACIJA /povrat kredita/	60.000	35.000	35.000
<b>3.3</b>	<b>OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>3.4</b>	<b>OGLAŠAVANJE</b>	<b>3.000</b>	<b>2.438</b>	<b>2.438</b>
3.4.1	TZG Buje	3.000	2.438	2.438
				0
<b>4.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>20.000</b>	<b>20.000</b>	<b>14.618</b>
<b>4.1</b>	<b>SAJMOVI</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>4.2</b>	<b>STUDIJSKA PUTOVANJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>4.3</b>	<b>PREZENTACIJE</b>	<b>20.000</b>	<b>20.000</b>	<b>14.618</b>
				0
<b>5.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>5.1</b>	<b>EDUKACIJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>5.2</b>	<b>KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>5.3</b>	<b>NAGRADE I PRIZNANJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		0	0	0
<b>6.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6.1</b>	<b>PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA</b>	<b>25.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6.2</b>	<b>ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6.3</b>	<b>FORMIRANJE BAZE PODATAKA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6.4</b>	<b>SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6.5</b>	<b>BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA</b>	<b>25.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
				0
<b>7.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>10.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

				0
<b>8.</b>	<b>DUG ZA UREĐENJE PROSTORA - OSTALO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>9.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU</b>	<b>159.000</b>	<b>135.000</b>	<b>129.008</b>
9.1	Transfer Gradu 2014	159.000	135.000	129.008
<b>10.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE</b>			
	<b>UKUPNO RASHODI</b>	<b>800.000</b>	<b>764.783</b>	<b>744.848</b>
	Prijenos u iduću godinu	25.000	34.334	46.332

Predsjednik Skupštine TZ Grada Buja  
Edi Andreašić