

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

---

**IZVJEŠĆE O RADU SA FINANCIJSKIM  
IZVJEŠĆEM ZA 2015. GODINU**

## S A D R Ž A J

### Uvod

### Turistički promet

#### 1. Vizija i ciljevi

- 1.1 Vizija
- 1.2 Ciljevi Programa rada za 2015. godinu

#### 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

#### 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 Istraživanje tržišta
- 7.2 Baza fotografija i filmova

#### 8. Transfer boravišne pristojbe Gradu

#### 9. Financijsko izvješće za 2015.

#### 10. Prilozi

- Prikaz uplate boravišne po obveznicima plaćanja boravišne pristojbe u 2015.
- Prikaz uplata članarina po obveznicima plaćanja članarina u 2015. god

**UVOD:**

Tokom turističke 2015. godine na području Turističke zajednice Grada Buja ostvareno je ukupno 169.749 noćenja što je u odnosu na ostvarenih 154.619 u 2014. godini 10% više. Tokom 2015. godine ostvareno je 33.577 dolazaka, što predstavlja povećanje od 5% u odnosu na 2014. godinu.

Nakon prošlogodišnjeg pada broja noćenja, u 2015. je godini realiziran je zadovoljavajući porast broja noćenja tako da se poslovna 2015. godina može smatrati veoma uspješnom. Potrebno je napomenuti da je povećanje broja noćenja ostvareno i u periodima predsezona od 5% kao i posezone od 7%.

Sa glavnih emitivnih tržišta porast u fizičkom obujmu prometa ostvarilo je slovensko 22% i talijansko 6%, a zanimljivo da njemačko tržište sa najvećim postotkom udjela od 29,67% u ovoj rekordnoj godini bilježi pad od 1% dok veoma značajno austrijsko tržište sa 13,48% udjela bilježi također pad od 3%.

Nadalje povećanje i bilježe tržišta češke 28% i poljsko sa čak 139% ali sa daleko manjim postocima udjela u ukupno ostvarenom prometu.

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 model suradnje 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, dok je u mjesecu svibnju po prvi puta veoma uspješno organizirana zajednička manifestacija Istria Wine & Walk sa neočekivano velikom brojem izuzetno zadovoljnih posjetitelja.

## TURISTIČKI PROMET:

Na nacionalnoj razini Hrvatska turistička zajednica registrirala je tokom 2015. godine 14,3 milijuna dolazaka i 71,6 13,1 milijuna noćenja. U odnosu na 2014. Poslovnu godinu to predstavlja 9,3% više dolazaka, odnosno više 7,7% noćenja.

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2015. godini ostvareno je 23.668.568 noćenja 6% više nego u 2014. godini. Dolazaka je ostvareno ukupno 3.570.668 što predstavlja 9% više nego u protekloj 2014. godini.

U sveukupnom turističkom prometu na području Istre udio Turističke zajednice grada Buja iznosi 0,72% u noćenjima i 0,94% u dolascima.

U uvodnom je dijelu navedeno da je na području Turističke zajednice grada Buja ostvareno je ukupno 169.749 noćenja što je za 10% više nego u 2014. godini i 33.577 dolazaka što je što je isto za 5% više nego u 2014. godini.

Domaći gosti ostvarili su 1.792 noćenja 18% više nego protekle 2014. i 691 dolazak što predstavlja 8% manje u odnosu na 2014. godinu.

Tabela 1. Ostvareni broj noćenja po zemljama na području TZ Grada Buja za 2014. i 2015. godinu

Zemlja	2014	%	2015	%	Indeks
Njemačka	50.690	32,78	50.364	29,67	99
Slovenija	23.649	15,30	28.874	17,01	122
Italija	23.102	14,94	24.601	14,49	106
Austrija	23.548	15,23	22.890	13,48	97
Češka	7.808	5,05	9.956	5,87	128
Poljska	2.161	1,40	5.164	3,04	239
Mađarska	1.824	1,18	2.538	1,50	139
Ujedinjena Kraljevina	1.712	1,11	2.220	1,31	130
Slovačka	1.411	0,93	2.107	1,24	146
Ostali	17.200	11,1	19.243	11,33	111
Hrvatska	1.514	0,98	1.792	1,06	118
<b>Ukupno</b>	<b>154.619</b>	<b>100,00</b>	<b>169.749</b>	<b>100,00</b>	<b>110</b>

Na području Turističke zajednice grada Buja najviše je noćenja ostvareno u apartmanima 56,25%, u kampu 24,21%, u hotelskom smještaju 7,07%, te u ostalom privatnom smještaju 12,47%.

I tokom 2015. 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. Vizija

Njegujući kulturu kvalitete i brigu o gostu, gostoljubivošću, sigurnošću i jedinstvenošću autentičnih sadržaja i doživljaja postati prepoznatljivo i konkurentno odredište na međunarodnom turističkom tržištu, sa ponudom koja gostu pruža jedinstven doživljaj.

### 1.2. Ciljevi programa rada za 2015. godinu

U 2015. godini programske aktivnosti usmjerujemo na ranije definirane slijedeće ciljeve.

- Povećanje noćenja i cjelokupnog turističkog prometa za 4% u odnosu na 2014.
- 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
- Raditi na konkurentnosti i atraktivnosti destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone u sklopu programa HTZ-a Hrvatska 365

Svi su postavljeni ciljevi realizirani, veseli činjenica da je jedan od najosnovnijih ciljeva povećanje broja ostvaren u daleko većem postotku od planiranog.

## 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.

Održan je veliki broj koordinacija s direktorima TZ-a clustera, članovima odbora clustera, i predstavnicima svih dionika turističke ponude na našem području.

Uspješno je započelo primjenjivanje novog informacijskog sustava za prijavu i odjavu turista eVisitor, sa edukacijama i uvodom u novi informacijski sustav.

Turistički ured radio je svakodnevno od 8.00 do 15.00 sati. U periodu od 01. lipnja do 30 listopada 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 2015. godine aktivno su radila sva tijela Turističke zajednice. Skupština zajednice sastala se dva 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.

Izmijenjeno je nekoliko članova u tijelima Turističke zajednice u skladu sa Odlukama o opozivu i imenovanju novih predstavnika od strane pojedinih članova Turističke zajednice.

### **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 2015. godini, a sve na temelju Marketing plana clustera za 2015. 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 Buje.

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

U cilju promocije, obogaćenja ponude kao i očuvanja tradicije Turistička zajednica je tokom godine organizirala i suorganizirala određeni broj manifestacija podijeljenih u nekoliko slijedećih skupina:

#### **\* Gourmet manifestacije**

- „**Luganigada**“ /Festival domaćih kobasica/, Marušići, 23. do 25. siječanj, tradicionalna 23. po redu manifestacija.. U petak 23. siječnja u konobi „Atelier“ održano je gourmet natjecanje u pripremi jela na bazi istarskih kobasica. Tom prigodom predstavljena su i vrhunska vina i kvalitetna maslinova ulja sa našeg područja. 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.

- „**Dani školjaka**“ od 16. veljače do 22. ožujka, gourmet manifestacija na nivou clustera održana je treću godinu za redom uoči početka turističke sezone u svrhu dovođenja gostiju i promocije gourmet ponude destinacije. Na manifestaciji je učestvovalo 11 ugostitelja.

- **Susreti «OLEUM OLIVARUM»**, Krasica, 07. i 08. ožujak 2015. godine. Susreti su održani 18. puta za redom. Osjenjivalo se ukupno 88 uzoraka maslinovog ulja sa područja Istre, Dalmacije, kvarnerskih otoka, Italije i Slovenije.

U sklopu manifestacije održan je sajam extra djevičanskog maslinovog ulja, cooking show, otvorena vrata kušaonica maslinovog ulja na Cesti maslinovog ulja sa područja Krasice, kao i likovni natječaj na temu maslina sa preko 100 radova.

Organizacijom manifestacije dat je veliki doprinos u razvoju oleo turizma na našem području.

- Od 23.ožujka do 15. svibnja održani su deveti po redu **Dani istarskih šparoga** na nivou clustera.

Manifestacija je organizirana od strane Turističkih zajednica clustera u učestvovalo je 27 konoba i restorana sa područja clustera.

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

-**ZLATNA ŠPAROGA**, Buje, 08. travanj 2015. Međunarodno gourmet natjecanje u pripremi jela od šparoga ove je godine održano u ruralnom hotelu „Casa Parenzana“ u Volpiji. 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 ,od 10. do 12. travnja, tradicionalna 18. po redu Šparogada. Šparogada.

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 drugi puta organizirano je i gourmet natjecanje Šparoga Cup na kojemu su učestvovali profesionalni kuhari odnosno kuharice.

- „**Istria Wine & Walk**“, 16. svibanj. Manifestacija održana po prvi puta u organizaciji turističkih zajednica clustrea. Start i cilj manifestacije bio je u Bujama, a staza po kojoj su se učesnici kretali pružala se kroz labirinte vinograda između Buja i Brtonigle. Prva manifestacija takve vrste u Hrvatskoj koja je oduševila sve posjetitelje.
  
- «**Dan otvorenih vinskih podruma**», 31. svibanj 2015. 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**“ 03. srpanj, Momjan, sedmi po redu susret muškata i umjetnosti. Uz veliki broj posjetitelja na zanimljivoj i slikovitoj lokaciji pokraj Momjanskog kaštela. i u samom kaštelu. Cilj manifestacije promocija Momjanskog muškata na specifičan način. Za tu je priliku posebno režiran igrokaz posvećen povijesti momjanskog muškata i područja Momjana. Svoje su muškate posjetiteljima ponudili „momjanski muškatori“ Kozlović, Markežić, Sinković, Prelac i Brajko.
  
- «**Dani grožđa**» Buje, od 18. do 20. 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, gdje su 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“.
  
- „**Komunicirati za postojati**“ Buje, 19. i 20. rujna. Manifestacija organizirana u suradnji sa Mrežom europskih destinacija okusa (međunarodnog udruženja destinacija koje ujedinjuju manje poznate destinacije u više od 20 europskih država). Na samoj manifestaciji raspravljalo se o više tema a najviše o gourmet ponudi i proizvodima određenih destinacija, predstavljeni su proizvodi iz više europskih država pa tako i proizvodi sa područja Istre. Prisutnima se obratio i Piero Zagara direktor ISNART-a, talijanskog instituta za istraživanje u turizmu koji je istaknuo daje upravo razvoj raznovrsnih kvalitetnih turističkih proizvoda sa udruživanjem u klasterne manjih proizvođača garancija za napredak svake destinacije.
  
- „**Zlatna fritula**“, Krasica 23. 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 16 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 drugi puta na području momjanštine u periodu od 01. do 15. 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**“, **Buje-Kula sv. Martina**, 11. studeni, obred krštenja mladog vina bujskih gradskih vinarija Franković i Celega na vrhu kule Sv. Martina uz prigodni program.



-«**Sv. Martin**», **Momjan**, od 11. do 15. studenog, tradicionalna manifestacija, u sklopu koje je otvorena „**Kuća muškata**“ sa međunarodnom Vetrinom muškata, posebnom prezentacijom domaćih momjanskih muškata i sajmom autohtonih proizvoda.

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

Organiziran je i obred krštenja mošta Momjanskog muškata.

-, **Dani jadranskih lignji**“, od 01. prosinca do 06. siječnja, četvrto 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 15 restorana na području clustera.

Utrošena sredstva.....15.000,00

#### **\* Turističko kulturno-umjetničke manifestacije:**

- «**Karnevalske priredbe**», održane su u nedjelju 15. veljače sa maškaranim mimohodom gradskim ulicama.

U utorak 17. veljače održan je dječji karneval sa mimohodom gradskim ulicama.

- «**IstraArt**», proslava Sv. Servula 24. svibnja, Međunarodni likovni natječaj u kategoriji Ex tempore i gotovih radova. U sklopu manifestacije otvorene su i likovne izložbe u gradskoj galeriji „Orsola“, u gradskom zvoniku i kuli Sv. Martina.

-**Mjesna fešta u Kršetama**, 27. i 28. lipnja, tradicionalna pučka fešta sa zabavno kulturnim programom uz smotru old timer traktora

-, „**Ljeto u/na kuli**“ **Buje – Kula Sv. Martina**, u sklopu manifestacije otvorene tri likovne izložbe, literarne večeri, stručna predavanja sa promatranjem planeta teleskopima kao i radni prostor umjetnički atelier u prizemnom dijelu.

-, „**Dan Kanegre**“ 11. srpanj, Turističko naselje Kanegra manifestacija zabavnog karaktera. Priređen je poseban dječji program kao i XC biciklistička utrka.

- **Vizura aperta**, 04 - 08. kolovoz, Momjan festival vizualnih i audio medija.

Festival je održan 16. puta za redom. Učesnici festivala došli su iz nekoliko europskih zemalja.

- **Films&Wine** manifestacija u sklopu Bujskog kulturnog ljeta održana je 07. kolovoza, u starogradske jezgri na Trgu Sv. Servula.

Večer dokumentarnih filmova uz degustaciju vina sa bujske vinske ceste.

-, „**Ljetni karneval**“ Kanegra, 18. kolovoz, zabavna večer uz nastup više karnevalskih skupina i gostiju u naselju. Mimohodu karnevalskih skupina prethodila ja balinjerada.

- „**Vino i gitare**“ Momjan – Sv. Mauro 21. kolovoz, uz degustaciju vina sa područja momjanštine na prostoru vidikovca Sv. Mauro održan je koncert na klasičnoj gitari.

-, „**Ljetna filmska večer**“ – Buje, 26. kolovoz, starogradska jezgra, projekcija dugometražnog filma.

- «**Dani grožđa**» Buje, od 18. do 20. 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, gdje su mnogobrojni posjetitelji okupili oko velike bačve sa groždem koje su gnječile bosonoge djevojke u ritmu glazbe.

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

- Tradicionalne mjesne fešte, tokom ljetnih mjeseci, održane su još gotovo u svim naseljima na području Grada Buja: Triban, Krasica, Oskuruš, Krog, kao i sajam antikviteta u bujskoj starogradskoj jezgri.

Utrošena sredstva.....165.495,00

#### **\* 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.

- „**Biciklijada od Befane**“ 10. siječanj - Marušići

- „**100 Miles of Istria**“ 19. travanj međunarodna trekning utrka sa nekoliko stotina učesnika.

-**Rekreativna „MTB biciklijada**“ 04. srpanj, Marušići

- „**Istria Wine Run**“ 06. rujan, nakon starta u Momjanu veliki broj učesnika prošao je i kroz centar Buja

- „**Istria Granfondo**“ 11. listopad, Međunarodna cestovna biciklistička manifestacija.

- „**Vinski bike maraton**“ 08. studeni, Momjan, rekreativna MTB biciklijada

- „**Pješački pohod Parenzanom**“, 13. prosinac Buje, obilježavanje 113-te obljetnice polaska vlaka od Buja prema Poreču.

Utrošena sredstva.....6.000,00

## **3.2 Razvoj proizvoda**

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.

Isto tako u 2015. godini krenulo se sa programom bike friendly point koji je namijenjen zainteresiranim davateljima turističkih usluga posebno na područjima u unutrašnjosti destinacije gdje nema bike servisa kao i ostalih usluga za bicikliste. Bike friendly pointu dodjeljuje se oznaka po posebno utvrđenim standardima od strane bike projektnog tima clustera gdje se cikloturistu pružaju određene usluge.

Realizirani su nastupi na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama: 10 (6 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj)

ADFC Radreisemesse (DE), Granfondo del Po (ITA), Bike Festival Garda (ITA), Maraton Franja (SLO), Umag Sport (HR), Salzkammergut Trophy (AUT), ATP Croatia Open Umag (HR), Eurobike (DE), MTB Parenzana (HR), Istria Granfondo (HR)

Tiskani su slijedeći promo materijali: Bike eventi, Bike vodič sjeverozapadne Istre, Prezentacijska brošura Bike, Istria Granfondo (letak), bike paketi (letak), bike karte (MTB i cikloturisti)

Tokom godine organizirano je 25 rekreativnih biciklijada i nekoliko natjecateljskih a posebno je za izdvojiti četvrto izdanje biciklističkog maratona Istria Granfondo.

*Utrošena na nivou clustera.....360.569,00*

Utrošena sredstva TZ Buje.....15.553,00

### 3.2.2 Wellness

Na području clustera postoji preko 10 000 m2 površina pod kvalitetnom wellness ponudom sa raznovrsnim programima. I kod wellnessa kao turističkog proizvoda cilj je postati prepoznatljiv.

Kod promotivnih aktivnosti realizirane su prezentacije i nastupi na specijaliziranim sajmovima: 3 (1 u inozemstvu / 2 u Hrvatskoj)

Arena centar Zagreb (HR), Tempo libero Bolzano (ITA), Umag Sport (HR)

- novinara u organiziranom posjetu bilo je 11 (7 iz inozemstva / 4 iz Hrvatske)

- realizirana je video produkcija proizvoda wellnessa

- objavljeno je 55 članaka u Hrvatskoj i inozemstvu

- ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar cluster portala

- od promotivnih materijala tiskani su, prezentacijska brošura, letak wellness paketa

*Utrošena na nivou clustera.....218.750,00*

Utrošena sredstva TZ Buje.....0,00

### 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.

Od promotivnih aktivnosti realizirane su slijedeće prezentacije: 2 (Zagreb (HR), Umag Sport (HR), nadalje

- ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar cluster portala

- objavljeni PR članci u Hrvatskoj i inozemstvu

- realizirana video produkcija

- u organiziranom posjetu bilo je 12 novinara (5 iz inozemstva)

- od promotivnih materijala tiskani su, prezentacijska brošura i Istria Winter Cup (set materijala)

*Utrošena na nivou clustera*.....255.425,00

Utrošena sredstva TZ Buje.....3.665,00

### 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.

Od promotivnih aktivnosti realizirane su prezentacije: 3 (2 u inozemstvu / 1 u Hrvatskoj) San Petersburg (RUS), London (ENG), Umag Sport (HR)

- novinara u organiziranom posjetu bilo je 7 (svi iz inozemstva)

- ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar cluster portala

- od promo materijali tiskana je prezentacijska brošura

*Utrošena na nivou clustera*.....234.166,00

Utrošena sredstva TZ Buje.....0,00

### 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 manifestacije Dani istarskih šparoga, Dani švoja, Dani jadranskih lignji, Dani školjaka i Istria Wine & Walk.

Od prezentacijskih aktivnosti realizirano je 6 **prezentacija**, (2 u inozemstvu / 4 u Hrvatskoj)

Treviso (ITA), Conegliano (ITA), Umag Sport (HR), Zagreb (HR) - Dani školjaka, Dani istarskih šparoga, IstriaWine & Walk, nadalje

- objavljeno je **325 Članaka** (Hrvatska, Italija, Slovenija, Austrija, Njemačka)

- ažuriran je sadržaja proizvoda i ponude unutar **cluster portala**

- **novinara** u organiziranom posjetu bilo je **28** (iz inozemstva i Hrvatske)

- od promotivnih materijala tiskani su: Prezentacijska brošura Gourmet, set materijala za gourmet evente (Dani školjaka, Dani istarskih šparoga, Istria Wine & Walk, Dani švoja, Dani jadranskih lignji), Gourmet vodič

U cilju promocije gourmet ponude destinacije u 2015. godini po drugi puta je u mjesecu studenom na području Momjana organizirana gourmet manifestacija Dani Momjanskog muškata i tartufa u suradnji sa lokalnim ugostiteljima i vinarima.

*Utrošena na nivou clustera*.....301.069,00

Utrošena sredstva TZ Buje.....20.645,00

### 3.2.6. Valorizacija Muškata momjanskog

Rezultat višegodišnjeg rada na programu valorizacije momjanskog muškata Rješenje je Ministarstva poljoprivrede od 20. srpnja 2015. godine kojim se odobrava registracija oznake izvornosti vina naziva Muškat Momjanski – Moscato di Momiano, kao i podnošenje zahtjeva za zaštitu oznake izvornosti Europskoj komisiji.

Oznaka izvornosti momjanskom muškatu između ostalog doprinjeti će svakako daljnjem turističkom razvoju naše destinacije, a posebno područja Momjana koje time dobiva na značaju i vrijednosti.

Tokom godine održano je više prezentacija momjanskog muškata na području Italije, Austrije, Slovenije i svakako Hrvatske, a održano je i nekoliko manifestacija posvećenih upravo momjanskom muškatu.

## 3.3 Uređenje mjesta

### 3.3.1. Uređenje turističkih mjesta sa bike i pješačkim stazama

Tradicionalna eko akcija „Neka moja Istra blista“ koja se je dugi niz godina organizirala u suradnji sa Turističkom zajednicom Istarske županije ove je godine izostala.

Turistička zajednica pokrenula je zajedno sa mjesnim odborima i udrugama aktivnosti oko uređenja turističkih mjesta kao i izletišta, izvorišta i vidikovca na području Momjana, Marušića, Krasice, Kršeta i Tribana.

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. Uređeno je i pokošeno više bike i pješačkih staza kao i prilazi do istih.

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.

Utrošena sredstva TZ Buje.....	33.524,00
Sredstva HTZ-a, TZ clustera.....	<u>30.000,00</u>
Ukupno utrošeno:.....	63.524,00

## 4. Komunikacija vrijednosti

### 4.1 Online komunikacija

U 2015. godini na području e-marketinga provedene su slijedeće aktivnosti:

- Kod mobile aplikacije nakon provedenih marketinških aktivnosti aplikacija bilježi veliki broj downloada daleko više nego u vrijeme prošle godine.
- Rađeno je na prebacivanju čitavog sadržaja iz starog CMS sustava u novi EDIT čime je olakšan unos i ubrzan poslovni proces objave na COI web-u
- Kod Društvenih mreža registrira se veliki skok posebno tokom srpnja i kolovoza, intenzivirane su akcije sa ciljem povećanja interakcije s korisnicima. Dominantna skupina na Facebooku je sa slovenskog tržišta
- Dogovoreno je preko COI web-a nekoliko besplatnih PR objava na portalima Adria Medie za Granfodno najave
- Isto tako Granfodno Facebook fun page odmah na početku premašio je zadane ciljeve u smislu broja fanova, porasta u %, aktivnosti i interakcije korisnika te kvalitete sadržaja i količine video materijala (poredak korisnika po tržištima: 1. Slovenija, 2. Italija, 3. Hrvatska, 4. Austrija)

- Uspješno je proveden foto natječaj s ciljem projekta za kolektiranje fotografija visoke kvalitete i drugačijeg izgleda, u planu je imati u bazi oko 2000 novih fotografija visoke kvalitete.
- Godina 2015. zabilježila je prema SEO podacima najveći posjet na COI web-u od kada je stranica objavljena.

Utrošena na nivou clustera.....782.800,00

Utrošena sredstva TZ Buje.....31.335,00

#### 4.2 Offline komunikacija

##### **OGLAŠAVANJA I ODNOSI S JAVNOŠĆU:**

I za 2015. godinu Marketing planom clustera utvrđene su PR aktivnosti, gdje su projektni timovi za razvoj pojedinih proizvoda posebno planirali angažiranje PR predstavnika za hrvatsko, talijansko i njemačko govorno područje.

Vežano 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 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.

Utrošena sredstva.....2.563,00

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

Sukladno odredbama Marketing plana clustera zajedno sa ostalim TZ-ovima u clusteru tiskane su tom 2015. godine slijedeće brošure i promo materijali:

- MTB mape
- Mape za cikloturiste
- Prezentacijske brošure za bike, nogomet, tenis, wellness i gourmet
- Kalendar manifestacija za 2015.
- Promo vrećice clustera
- Gourmet vodič clustera
- Bike vodič clustera

Turistička zajednica grada Buja samostalno je tiskala redizajnirani Plan grada Buja sa mapom šireg područja.

Utrošena sredstva.....21.805,00

## **TURISTIČKA SIGNALIZACIJA:**

Tokom 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, postavljeno je i nekoliko novih oznaka za trasu Parenzane.

Utrošena sredstva.....5.875,00

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

### **5.1 Sajmovi i prezentacije**

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 su prezentacije utvrđene Marketing planom clustera na specijaliziranim sajmovima za razvoj proizvoda bike, gourmet, wellness, tenis i nogomet na tržištima Italije, Slovenije, Njemačke i Austrije, što je i je navedeno kod izvješće o razvoju proizvoda.

Ponudu destinacije predstavi li smo još na jednodnevnim prezentacijama u Ljubljani, Coneglianu i Trstu, kao i na domaćim sajmovima, Oleum Olivarum, Krasica i Tuber fest, Livade

Utrošena sredstva.....28.401,00

### **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.

Sa ciljem promocije momjanskog muškata ugostili smo i na području momjanštine nekoliko studijskih grupa, a veće skupine novinara u mjesecu rujnu i studenom.

## **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, uvođenja novog informativnog sustava za prijavu turista eVisitor, vođenja ostalih 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.

Utrošena sredstva.....2..393,00

## 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 2015. godinu uplaćen je iznos od 162.415,00 kuna



## 9.Financijsko izvješće za 2015.

PRIHODI	Plan 2015	Rebalans 2015	Ostvareno
<b>PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE</b>	<b>467.000</b>	<b>540.000</b>	<b>548.587</b>
<b>PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE</b>	<b>220.000</b>	<b>265.000</b>	<b>269.420</b>
<b>PRIHODI IZ PRORAČUNA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
za programske aktivnosti	0	0	0
za funkcioniranje turističkog ureda	0	0	0
<b>PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI</b>	<b>35.000</b>	<b>38.604</b>	<b>38.604</b>
HTZ, Ministarstvo		20.000	20.000
Ostali prihodi	0	18.604	18.604
Kreditno zaduženje	0	0	0
<b>PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETH.GODINE</b>	<b>42.000</b>	<b>45.723</b>	<b>45.723</b>
<b>OSTALO, nagradna igra za Dan grožđa 2015</b>	<b>52.000</b>	<b>103.135</b>	<b>103.135</b>
<b>UKUPNO PRIHODI:</b>	<b>816.000</b>	<b>992.462</b>	<b>1.005.469</b>
RASHODI	Plan 2015	Rebalans 2015	Ostvareno
<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>289.800</b>	<b>296.726</b>	<b>293.350</b>
<b>RASHODI ZA RADNIKE</b>	<b>187.000</b>	<b>183.000</b>	<b>181.230</b>
Rashodi za radnike	187.000	183.000	181.230
<b>RASHODI UREDA</b>	<b>92.800</b>	<b>98.776</b>	<b>99.149</b>
<b>Rashodi ureda</b>	<b>55.800</b>	<b>51.276</b>	<b>51.721</b>
Potrošni uredski materijal i mat za čišćenje	5.300	6.000	5.236
Struja, voda, komunalije i sl.	6.300	11.000	11.472
Usluge HT i HP, FINA, Banke	7.000	11.000	11.858
Kamate	10.000	7.000	6.879
Uređenje skladišnog prostora	0	0	0
Premije osiguranja	1.200	1.228	1.228
Usluge knjigovodstva	26.000	15.048	15.048
<b>Rashodi TIC-a</b>	<b>37.000</b>	<b>47.500</b>	<b>47.428</b>
Oprema za TIC	4.000	6.500	6.399
Usluge HT i HP	13.000	13.000	13.063
Ostali troškovi	20.000	28.000	27.966
<b>RASHODI ZA RAD TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE</b>	<b>10.000</b>	<b>15.000</b>	<b>12.971</b>
<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>211.218</b>	<b>293.428</b>	<b>293.428</b>
<b>POTPORE MANIFESTACIJAMA</b>	<b>136.000</b>	<b>205.892</b>	<b>205.892</b>
<b>Zabavne</b>	<b>102.000</b>	<b>157.892</b>	<b>157.892</b>
Cluster	67.000	118.135	118.135
Praznika Grožđa	67.000	118.135	118.135
TZG Buje	35.000	39.130	39.130
Karnevalske priredbe	1.000	1.009	1.009
Ljetne priredbe u Kanegri	4.000	3.190	3.190
Božićno-novogodišnje priredbe	0		

Mjesna fešta Triban	0		
Susreti, priredbe uz Dragonju	30.000	34.931	34.931
<b>Kulturne</b>	<b>7.000</b>	<b>7.603</b>	<b>7.603</b>
Cluster	3.000	3.000	3.000
Ex tempore IstrArt	3.000	3.000	3.000
TZG Buje	4.000	4.603	4.603
Bujsko kulturno ljeto	4.000	4.603	4.603
Gunjci i piščaci, tradicionalna istarska glazba	0	0	0
Susret klapa	0	0	0
<b>Sportske</b>	<b>5.000</b>	<b>6.000</b>	<b>6.000</b>
Cluster	2.000	0	0
Beach sports	2.000	0	0
Odbojka na pijesku - Kanegra	2.000	0	0
Bike	0	0	0
Novogodišnja biciklijada	0	0	0
TZG Buje	3.000	6.000	6.000
Plivački maraton Kanegra - Portorož	3.000	0	0
Eko - Bike marathon Buje	0	0	0
Momjanski bike marathon	0	0	0
Pješački pohod Parenzanom	0	0	0
100 Milja Istre		1.000	1.000
Istria Wine Run		5.000	5.000
<b>Gourmet</b>	<b>12.000</b>	<b>15.000</b>	<b>15.000</b>
Cluster	9.000	12.000	12.000
Dani maslinova ulja - Oleum Olivarum	3.000	6.000	6.000
Istria Wine & Walk	0	0	0
Šparogada Kaštel	3.000	3.000	3.000
Martinje Momjan	3.000	3.000	3.000
TZG Buje	3.000	3.000	3.000
Luganigada Marušići	0	0	0
U carstvu muškata	2.000	2.000	2.000
Večer s bujskom mistelom		0	0
Films&vine		0	0
Vino i gitare	1.000	1.000	1.000
<b>Ekološke</b>	<b>5.000</b>	<b>5.000</b>	<b>5.000</b>
TZG Buje	5.000	5.000	5.000
Uređenje turističkih mjesta	5.000	5.000	5.000
<b>Ostalo</b>	<b>5.000</b>	<b>15.024</b>	<b>15.024</b>
TZG Buje - pješačkih staza	5.000	15.024	15.024
<b>POTPORA RAZVOJU DMO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Turističke agencije i vodiči - prezentacije ponude		0	0
<b>POTPORA RAZVOJU DMK</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Seminari u suradnji s TZIŽ		0	0
<b>RAZVOJ PROIZVODA</b>	<b>75.218</b>	<b>87.536</b>	<b>87.536</b>
Cluster	75.218	87.536	87.536
Nogomet	3.665	3.665	3.665
Tenis	0	0	0
Wellness	0	0	0
Bike	53.553	63.226	63.226
bike proizvod	15.553	15.553	15.553

bike signalizacija	4.000	4.173	4.173
održavanje staza	4.000	4.000	4.000
održavanja Parenzane	30.000	39.500	39.500
Gourmet	18.000	20.645	20.645
TZG Buje	0	0	0
Izvorni suvenir	0	0	0
<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>90.527</b>	<b>61.270</b>	<b>61.578</b>
<b>ONLINE KOMUNIKACIJA</b>	<b>22.527</b>	<b>31.027</b>	<b>31.335</b>
Internet oglašavanja	22.527	31.027	31.335
Istra D.M.C.	22.527	31.027	31.335
TZG Buje	1.000	0	0
<b>OFFLINE KOMUNIKACIJA</b>	<b>65.500</b>	<b>30.243</b>	<b>30.243</b>
PR AKTIVNOSTI	0	0	0
BROŠURE I TISKANI MATERIJAL	21.500	21.805	21.805
Cluster	19.500	21.805	21.805
Image katalog	0	0	0
Gourmet vodiči	4.500	5.015	5.015
Bike vodiči i mape	4.500	4.500	4.500
Mape i vrećice	3.000	241	241
Kalendar događanja	4.500	3.274	3.274
TZG Buje	5.000	8.775	8.775
Plan grada i ostalo /vizitke, razglednice.../	5.000	8.775	8.775
INFO TABLE	4.000	5.875	5.875
Turistička signalizacija	4.000	5.875	5.875
Panoi dobrodošlice	0	0	0
	0	0	0
<b>OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>OGLAŠAVANJE</b>	<b>2.500</b>	<b>2.563</b>	<b>2.563</b>
TZG Buje	2.500	2.563	2.563
<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>20.000</b>	<b>28.000</b>	<b>28.401</b>
<b>SAJMOVI</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>STUDIJSKA PUTOVANJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>PREZENTACIJE</b>	<b>20.000</b>	<b>28.000</b>	<b>28.401</b>
<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>EDUKACIJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>NAGRADE I PRIZNANJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	0	0	0
<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>30.000</b>	<b>2.393</b>	<b>2.393</b>
<b>PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA</b>	<b>15.000</b>	<b>2.393</b>	<b>2.393</b>
<b>ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>FORMIRANJE BAZE PODATAKA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA</b>	<b>15.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>5.000</b>	<b>5.000</b>	<b>5.000</b>
<b>POVRAT POZAJMICE</b>	<b>40.000</b>	<b>110.000</b>	<b>109.833</b>

<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)</b>	<b>140.000</b>	<b>162.000</b>	<b>162.415</b>
Transfer Gradu	140.000	162.000	162.415
<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE</b>			
<b>UKUPNO RASHODI</b>	<b>826.545</b>	<b>958.817</b>	<b>956.398</b>
prijenos u 2016. godinu		33.645	49.071

Buje; veljača 2016.

Predsjednik Skupštine  
Edi Andreašić