

IZVJEŠĆE O RADU SA FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM ZA 2016. GODINU

/godišnje izvješće o izvršenju/

S A D R Ź A J**Uvod****Turistički promet****1. Vizija i ciljevi**

- 1.1 Vizija
- 1.2 Ciljevi Programa rada za 2016. 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 2016.****10. Zaključak**

UVOD:

Iako se 2016. godina najavljivala kao izazovna i na neki način neizvjesna godinu u prvom redu zbog sigurnosne situacije u svijetu, ostvarili smo izuzetne poslovne rezultate za što moramo odati zahvalnost i priznanje svim članovima dionicima turizma destinacije.

Ostvareni rezultati potvrđuju da sa usvojenim poslovnim modelima i tehnologijom možemo pravovremeno svoje poslovanje prilagoditi nastalim trendovima te spremno prihvatiti nove izazove.

U 2016. godini na području Turističke zajednice Grada Buja ostvareno je ukupno 180.450 noćenja što je u odnosu na ostvarenih 169.957 u 2015. godini 6% više.

Tokom 2016. godine ostvareno je 35.916 dolazaka, što predstavlja povećanje od 7% u odnosu na 2015. godinu.

Ističući tako svoje posebnosti i u 2016. godini nastavili smo sa trendom rasta kod svih tržišnih skupina specijalizirajući svoju ponudu integracijom više kvalitetnih turističkih proizvoda.

Turistička zajednica Grada Buja u 2016. godini svoje poslovanje i aktivnosti temeljila je na Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, odlukama Turističkog vijeća i Skupštine Turističke zajednice.

Isto tako financijska sredstva utrošena su u skladu sa Programu rada i financijskom planom za 2016. godinu.

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.

Uspješno je nastavljan 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), realizirane su sve zacrtane aktivnosti oko razvoja proizvoda na području clustera, sve planirane zajedničke manifestacije uspješno su provedene.

TURISTIČKI PROMET:

Na nacionalnoj razini Hrvatska turistička zajednica registrirala je tokom 2016. godine 16,3 milijuna dolazaka i 91,3 milijuna noćenja. U odnosu na 2015. Poslovnu godinu to predstavlja 13% više dolazaka, odnosno više 27% noćenja.

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2016. godini ostvareno je 25.284.552 noćenja 7% više nego u 2015. godini. Dolazaka je ostvareno ukupno 3.875.485 što predstavlja 7% više nego u protekloj 2015. godini.

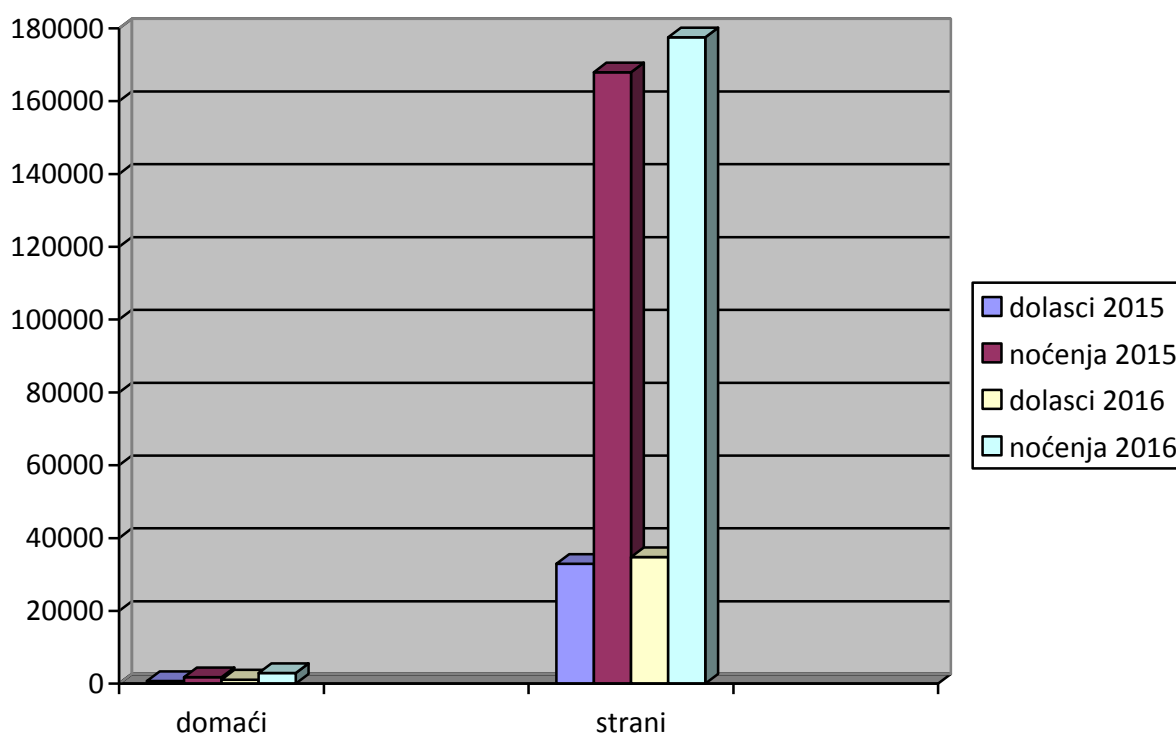
U uvodnom je dijelu navedeno da je na području Turističke zajednica grada Buja ostvareno je ukupno 35.916 dolazaka što je za 7% više nego u 2015. godini i 180.450 noćenja što je za 6% više nego u 2015. godini.

Domaći gosti ostvarili su 1.123 dolazaka što predstavlja 63% više u odnosu na 2015. godinu i 2.901 noćenja, 62% više nego protekle 2015.godine.

Tablica 1. Ostvareni broj dolazaka i noćenja na području TZ Grada Buja za 2015. i 2016. godinu

Zemlja	Dolasci 2015	Dolasci 2016	Indeks	Noćenja 2015	Noćenja 2016	Indeks
Ukupno domaći	691	1.123	163	1.792	2.901	162
Ukupno strani	32.886	34.793	106	167.957	177.549	108
UKUPNO	33.577	35.916	107	169.749	180.450	106

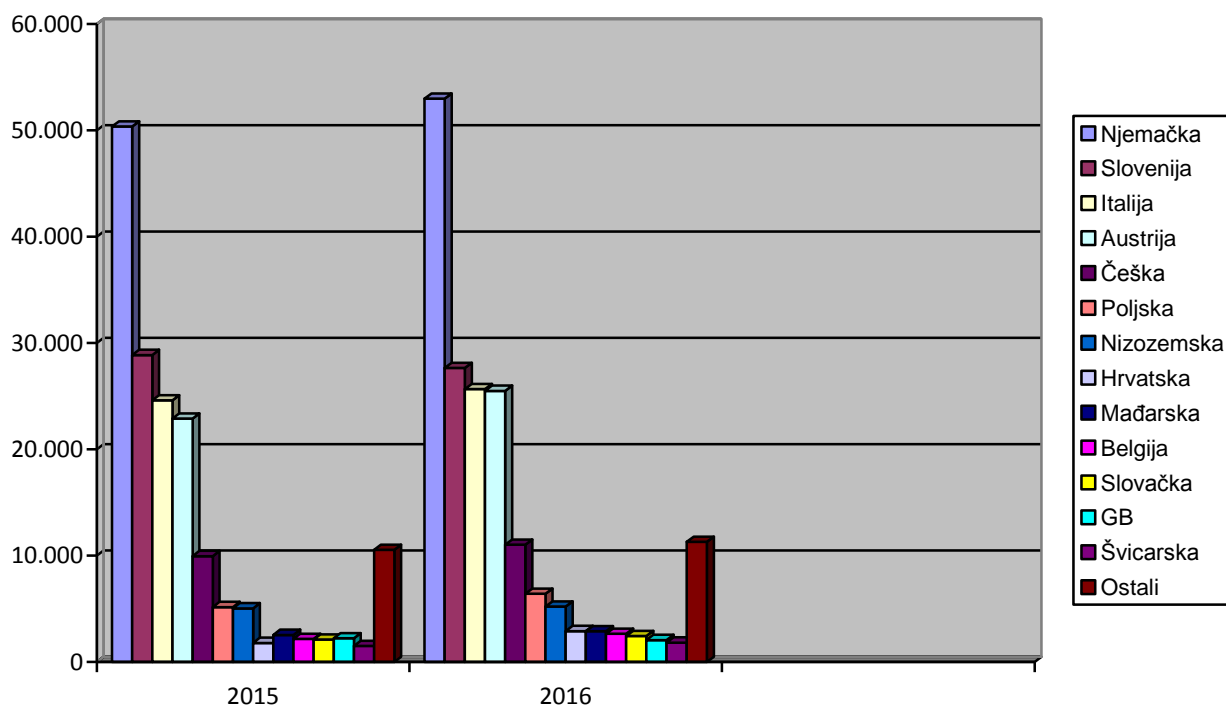
Slika 1. Ostvareni broj dolazaka i noćenja na području TZ Grada Buja za 2015. i 2016. godinu



Tablica 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama na području TZ Grada Buja za 2015. i 2016. godinu

Zemlja	2015	%	2016	%
Njemačka	50.364	29,67	52.986	29,36
Slovenija	28.874	17,01	27.644	15,32
Italija	24.601	14,49	25.658	14,22
Austrija	22.890	13,48	25.495	14,13
Češka	9.956	5,87	11.032	6,11
Poljska	5.164	3,04	6.420	3,56
Nizozemska	5.044	2,97	5.201	2,88
Hrvatska	1.792	1,06	2.901	1,61
Mađarska	2.538	1,50	2.889	1,60
Belgija	2.157	1,27	2.638	1,46
Slovačka	2.107	1,24	2.428	1,35
Ujedinjena Kraljevina	2.220	1,31	2.055	1,14
Švicarska	1.500	0,88	1.816	1,01
Ostali	10.542	6,21	11.287	6,25
Ukupno	169.749	100	180.450	100

Slika 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama na području TZ Grada Buja za 2015. i 2016. godinu



Najveći promet ostvarili su prema očekivanjima gosti sa tradicionalnih emitivnih tržišta. Njemački su gosti ostvarili najviše 52.986 noćenja 5% više nego protekle godine sa udjelom od 29,36% gosti iz Slovenije ostvarili su 27.644 noćenja 4% manje nego protekle godine ali sa udjelom od 15,32%, talijanski gosti sa 25.658 noćenja ostvarili su veći promet od protekle godine za 4%, sa udjelom od 14,22%. Sa gotovo istim udjelom gosti iz Austrije ostvarili su 25.495 noćenja 11% više nego protekle godine.

Ohrabruje činjenica da domaći gosti iz godine u godinu konstantno ostvaruju povećanje broja dolazaka i noćenja zahvaljujući u prvom redu manifestacijama koje se organiziraju u periodima izvan glavne turističke sezone.

Podaci sa ostalih tržišta mogu se očitati iz tablice br.2, dok se grafički prikaz može vidjeti iz slike br. 2

Tablica 3. Ostvareni broj dolazaka i noćenja po vrsti objekta za 2016. godinu

Vrsta objekta	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno
Turističko naselje Kanegra	216	15.917	16.133	632	80.478	81.110
Kamp Kanegra	6	6.027	6.033	17	40.659	40.676
Objekti u domaćinstvu	320	3.810	4.130	832	25.870	26.702
Soba za iznajmljivanje	207	4.164	4.371	478	9.115	9.593
Kuća za odmor	49	951	1.000	442	8.013	8.455
Hotel	169	2.548	2.717	254	6.055	6.309
Apartman	9	576	585	15	4.686	4.701
Kuća za odmor (vikendica)	0	47	47	0	773	773
Pansion	43	382	425	57	639	696
Gostionica	83	178	261	143	369	512
Kuća stanovnika grada	0	38	38	0	504	504
Objekti na OPG-u	21	155	176	31	388	419
Ukupno:	1.123	34.793	35.916	2.901	177.549	180.450

Iz tablice br. 3 vidljivo je da je najveći broj dolazaka i noćenja ostvaren u Turističkom naselju Kanegra gdje imamo i najveći broj smještajnih kapaciteta. Značajan broj noćenja ostvaren je i u objektima u domaćinstvu odnosno u privatnom smještaju.

Zabilježena je povećana dinamika obilazaka od strane domaćih i stranih gostiju izletnika za turističke proizvode u unutrašnjem dijelu područja od Vinskih cesta, Cesta maslinovog ulja, cesta meda, kulturnih znamenitosti, bike i pješačkih staza, gourmet ponude, kao i manifestacija namijenjenim upravo navedenim proizvodima destinacije.

Veliki je broj posjetitelja tokom godine obilazio bujsku starogradsku jezgru veoma zanimljivu gostima po svojoj povijesno kulturnoj baštini. U namjeri da gostima pokažemo odnosno otkrijemo sve zanimljive lokalitete povijesne starogradske jezgre u ljetnim mjesecima organizirali smo više manifestacija u sklopu kulturnog ljeta na različitim lokacijama oživljavajući tako starogradsku jezgru čiji su dijelovi postajali pozornice na otvorenom.

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

Obavljajući sve zacrtane aktivnosti tokom poslovne 2016. godine nastojalo se slijediti zacrtanu viziju Programom rada.

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 2016. godinu

U 2016. godini sve programske aktivnosti usmjeravane su na ranije definirane ciljeve:

- Povećanje noćenja i cjelokupnog turističkog prometa za 2% u odnosu na 2015.
- 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.
- 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 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.

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

U sklopu turističkog ureda djeluje i turističko informativni centar.

Nastavljena je ranije uspostavljena suradnja sa turističkim zajednicama i glavnim dionicima na nivou clustera, posebno na području aktivnosti oko razvoja zajedničkih proizvoda, manifestacija, promocije i e- marketinga. Sve su navedene aktivnosti popraćene i tiskanjem zajedničkih promo materijala i u 2016. godini. Suradnja se temeljila na odredbama Marketing plana clustera za 2016. 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.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rad turističkog ureda (kontinuirano)		
Ukupni iznos	289.312 kn	289.142 kn

2.2 Rad tijela Turističke zajednice

Tokom 2016. 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.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Rad tijela Turističke zajednice (kontinuirano)		
Ukupni iznos	10.000 kn	9.859 kn

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, 29. i 30. siječanj, tradicionalna 24. po redu manifestacija.. U petak 29. 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.

- **Susreti «OLEUM OLIVARUM»**, Krasica, 12. i 13. ožujak 2016. godine. Susreti su održani 19. puta za redom. Ocjenjivao se ukupno 171 uzorak maslinovog ulja sa područja Istre, Dalmacije, kvarneskih 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 ukupno 149 radova.

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

- „**Dani školjaka**“ od 13. veljače do 20. ožujka, gourmet manifestacija na nivou clustera održana je četvrtu godinu za redom uoči početka turističke sezone u svrhu dovođenja gostiju i promocije gourmet ponude destinacije. Na manifestaciji je učestvovalo 9 ugostitelja.

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

Manifestacija je organizirana od strane Turističkih zajednica clustera u učestvovalo je 30 konoba i restorana sa područja clustera.

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

-**ZLATNA ŠPAROGA**, Buje, 30. ožujak 2016. Međunarodno gourmet natjecanje u pripremi jela od šparoga ove je godine održano u konobi „Malo selo“ u Fratiji. 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 01. do 03. travnja, tradicionalna 19. 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.

- „**Istria Wine & Walk**“, 21. svibanj. Manifestacija održana po drugi 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.

Na 11 km šetnje sa 7 okrijepnih stanica posjetitelji su kušali vina 8 vrhunskih vinara te delicije lokalnih ugostitelja. Manifestacija je oduševila sve posjetitelje.

- **«Dan otvorenih vinskih podruma»**, 29. svibanj 2016. 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“** 22. srpanj, Momjan, osmi po redu susret muškata i umjetnosti. Uz veliki broj posjetitelja na zanimljivoj i slikovitoj lokaciji pokraj Momjanskog kaštela. 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.

- **„Večer Muškata momjanskog“**, 06. kolovoz, Kanegra, manifestacija organizirana po prvi puta sa ciljem da se goste naselja na osebujan način upozna sa Muškatom momjanskim. Na zadovoljstvo gostiju predstavljeni su muškati „momjanskih muškatora“.

- **„Dani švoja“** od 15. listopada do 30. studenog manifestacija organizirana na nivou clustera turističkih zajednica Umaga, Novigrada, Buja i Brtonigle, uz učešće 17 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 Italiji, Sloveniji i Austriji.

- **„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 13. 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 bikera.

Organiziran je i obred krštenja mošta Muškata momjanskog.

- **„Dani Momjanskog muškata i tartufa“**, manifestacije je održana po treći puta na području momjanštine u periodu od 14. do 30. studenog u suradnji sa lokalnim ugostiteljima i proizvođačima Muškata momjanskog, a sve u svrhu valorizacije i promocije Muškata momjanskog sa sveukupnom gourmet ponudom.

- **„Dani jadranskih lignji“**, od 01. prosinca do 08. siječnja, peto 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 13 restorana na području clustera.

- **„Zlatna fritula“**, 03. prosinac, Krasica, izložba i degustacija domaćih fritula tradicionalne slastice sa ovih prostora. Održana je po treći puta.

Podijeljene su nagrade domaćicama za prvo, drugo i treće mjesto.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Organizacija gourmet manifestacija (kontinuirano, prema datumima)		
Ukupni iznos	33.871 kn	33.003 kn

*** Turističko kulturno-umjetničke manifestacije:**

- **«Karnevalske priredbe»**, održane su u nedjelju 07. veljače sa maškaranim mimohodom gradskim ulicama.

U utorak 09. veljače održan je dječji karneval sa mimohodom gradskim ulicama.

- **«IstraArt»**, 22. svibnja, povodom proslave proslava Sv. Servula. Međunarodni likovni natječaj u kategoriji Ex tempore. U sklopu manifestacije održana je i smotra domaćih kolača te koncert tršćanskog komornog orkestra u crkvi Sv. Servola.

- **Mjesna fešta u Kršetama**, 25. i 26. lipnja, tradicionalna pučka fešta sa zabavno kulturnim programom uz smotru old timer traktora

- **„Dan Kanegre“** 09. srpanj, Turističko naselje Kanegra manifestacija zabavnog karaktera. Priređen je poseban dječji program kao i XC biciklistička utrka.

- **„Ljeto u/na kuli“ Buje – Kula Sv. Martina**, 14. srpanj, otvorenje retrospektivne izložbe Mirosława Paraniaka „Mijene-Mutamanti“

- **„Odjeci prošlosti“**, 27. srpanj, Buje – Voćni trg, večer glazbe i poezije. Manifestacija održana povodom Bujskog kulturnog ljeta u starogradskoj jezgri

- **„Pjesme pod zvijezdama“**, 11. kolovoz, Buje – terasa Belvedere, glazbena večer povodom sv. Lovre uz promatranje zvijezda padalica. Druga u ciklusu manifestacija u sklopu Bujskog kulturnog ljeta održana u starogradskoj jezgri.

- **„Ljetni karneval“** Kanegra, 13. kolovoz, zabavna večer uz nastup više karnevalskih skupina i gostiju u naselju. Nakon mimohoda turističkim naseljem održan je ples pod maskama na terasi Coco bara.

- **„Vino i gitare“** Momjan – Sv. Mauro 19. kolovoz, uz degustaciju vina sa područja momjanštine na prostoru vidikovca Sv. Mauro održan je koncert na klasičnoj gitari.

- **„Buje u sjećanjima“** 31. kolovoz, Buje – Trg sv. Servula, manifestacija iz ciklusa Bujskog kulturnog ljeta.

- **«Dani grožđa»** Buje, od 16. do 18. 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.

Veliku pozornost mnogobrojne publike privukli su događaji na Bakhovom dvoru, gdje su mnogobrojni posjetitelji okupili oko bačve sa grožđem 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 i Krog.

- Zbog vremenskih neprilika odgođene su bujskoj starogradskoj jezgri manifestacije „Films & Wine“ filmska večer uz degustaciju vina sa bujske vinske ceste (5. kolovoza), kao i „Sa kule na mjesec“ stručno predavanje astronoma Korada Korlevića uz promatranje planeta (17. kolovoza).

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Organizacija turističko kulturno-umjetničkih manifestacija (<i>kontinuirano, prema datumima</i>)		
Ukupni iznos	150.830 kn	152.659 kn

*** 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**“ 6. siječanj – Marušići, rekreativna MTB biciklijada

-„**Oleum Olivaru bike**“ , 13. ožujak – Krasica, MTB rekreativna biciklijada

- „**100 Miles of Istria**“ 17. travanj međunarodna trekking utrka sa nekoliko stotina učesnika.

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

-„**Istria Wine Run**“ 04. rujan, nakon starta u Momjanu veliki broj učesnika prošao je i kroz centar Buja

- „**Istria Granfondo**“ 1. listopada, Međunarodna cestovna biciklistička manifestacija.

-„**Vinski bike maraton**“ 13. studeni, Momjan, rekreativna MTB biciklijada

-„**Pješački pohod Parenzanom**“, 18. prosinac Buje, pješački pohod Buje-Grožnjan-Buje, obilježavanje 114-te obljetnice polaska vlaka od Buja prema Poreču.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Organizacija sportskih manifestacija (<i>kontinuirano, prema datumima</i>)		
Ukupni iznos	8.000 kn	8.469 kn

*** Ekološke manifestacije:**

-„**Zelena čistka**“ 23. travanj, Zajednička jednodnevna eko akcija na nivou Hrvatske. Na području Buja očišćene su slijedeće lokacije: okoliš odlagališta na Stanici, nastavak ulice Fontana Carara, prilaz trasi Parenzane sa Grožnjanske ceste i odlagalište kod starog kamenoloma Gadari – Kaštel

-„**Plava čistka**“ 23. travanj, Zajednička jednodnevna eko akcija na nivou Hrvatske sa ciljem očuvanja mora. Na području Buja u turističkom naselju Kanegra uz pomoć ronioca očišćeno podmorje.

-U periodu pripreme turističke sezone radilo se na čišćenju i uređenju naselja i lokaliteta uključujući i pješačke staze na kojemu se zadržava odnosno boravi veliki broj gostiju.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Organizacija ekoloških manifestacija (<i>ožujak, travanj, svibanj</i>)		
Ukupni iznos	48.802 kn	47.327 kn

3.2 Razvoj proizvoda

Temeljem Marketing plana clustera tokom 2016. godine veliki broj aktivnosti održan je vezano za nastavak razvoja osnovnih turističkih proizvoda bike, wellness, nogomet, tenis i gourmet. 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, stvaranju posebnosti destinacije te gospodarskom rastu partnera u projektima odnosno programima.

3.2.1. Bike

Cluster Umag, Novigrad, Brtonigla i Buje, prepoznatljiva je 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.

Nastavilo se sa implementacijom programa 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: Riva del Garda, Eurobike, Maraton Franja, Tempo libero, Press konferencija Ljubljana, Istarski kolesarski maraton Koper.

Foto i video produkcija konstantno se ažurivala. Izrađene su i provedene ankete na temu cikloturizma.

Tiskani su slijedeći promo materijali: Bike eventi, Istria Granfondo (letak), bike paketi (letak), bike karte (MTB, cikloturisti i cestovne staze)

Tokom godine organizirano je 23 rekreativne biciklijade i nekoliko natjecateljskih a posebno je za izdvojiti peto izdanje biciklističkog maratona Istria Granfondo.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj bike proizvoda (konstantno)			
Ukupni iznos	16.126 kn	16.126 kn	385.569 kn

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 Arena centar Zagreb (HR), Tempo libero Bolzano (ITA), u organiziranom posjetu bilo je više novinara, te je objavljeno 50-talk članaka u zemlji inozemstvu.

Na području clustera održani su u periodu od 12. veljače do 23. ožujka wellness momentsi, događaj sa bogatim tematskim paketima te wellness uslugama s posebnim pogodnostima.

Aktivnosti	Planirano cluster	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj wellness proizvoda (konstantno)		
Ukupni iznos	168.750 kn	168.750 kn

3.2.3 Nogomet

Aktivnosti oko razvoja nogometa kao turističkog proizvoda odvijale su se na području clustera pretežno u zimskom periodu.

Održano je nekoliko prezentacija u cilju promocije nogometa kao proizvoda, ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar cluster portala, objavljeni PR članci u Hrvatskoj i inozemstvu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj nogomet proizvoda (siječanj, veljača)			
Ukupni iznos	3.926,00 kn	3.368,00 kn	280.425 kn

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 predsezona i posezone.

Održano je nekoliko promocijskih nastupa u inozemstvu, u organiziranom posjetu bilo je više novinara, ažuriran je sadržaj proizvoda i ponude unutar cluster portala.

Aktivnosti	Planirano cluster	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj tenis proizvoda (konstantno)		
Ukupni iznos	234.166 kn	234.166 kn

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.

Realizirano je više prezentacija u zemlji i inozemstvu. Objavljen je veliki broj članaka na područjima Hrvatske, Italije, Slovenije, Njemačke i Austrije. Ažuriran je sadržaj ponude unutar cluster portala, u organiziranom posjetu boravilo je više novinara. Za sve gourmet manifestacije tiskan je set materijala.

Dani Muškata momjanskog i tartufa u suradnji sa lokalnim ugostiteljima i vinarima na području momjanštine održani su po treći puta.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj gourmet proizvoda (konstantno)			
Ukupni iznos	16.000 kn	15.610 kn	301.609 kn

3.2.6. Valorizacija Muškata momjanskog

Turistička zajednica Grada Buja konstantno je tokom 2016. godine uspješno surađivala sa Udrugom proizvođača momjanskog muškata „vino momilianum“ oko daljnje valorizacije Muškata momjanskog nakon dobivanja oznake izvornosti od strane Ministarstva poljoprivrede RH. Održano je nekoliko zajedničkih sastanka oko dogovaranja daljnjih aktivnosti. Isto tako u suradnji sa Udrugom održano je nekoliko manifestacija posvećenih Muškatu momjanskom s ciljem promocije, proizvodnje, poznavanja i trošenja Muškata momjanskog.

Tokom godine održano je više prezentacija Muškata momjanskog na području Hrvatske, Italije, Austrije i Slovenije.

3.3 Uređenje mjesta

3.3.1. Uređenje mjesta sa bike i pješačkim stazama

Zajedno sa mjesnim odborima i udrugama provodile su se 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 i sanacije odrona na stazi. Uređene su pokošene ostale MTB staze sa pješačkim stazama kao i prilazi do istih.

Održavana je i postojeća signalizacija navedenih staza.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Uređenje mjesta sa bike i pješačkim stazama (kontinuirano)		
Ukupni iznos	55.014 kn	55.542 kn

4. Komunikacija vrijednosti

4.1 Online komunikacija

Segment online komunikacije doživio je veliki broj novina, što je rezultiralo povećanju broja ukupnih posjeta stranici www.coloursofistria.com od 17,2% u odnosu na broj posjeta tijekom 2015. godine. Najveći je broj posjeta zabilježen u mjesecu srpnju. Na ukupno 5 jezika ažuriran je 141 članak.

Kod razvoja mobilne verzije stranice uvedene su live stranice, postavljen je prikaz direktorija i redizajn mobilne HP stranice. Aktivirani su pozivi za download arhiviranje te provedene aktivnosti oko izmjena prikaza sadržaja.

Nadalje izvršena je inventura starih postojećih fotografija, a ujedno je započet projekt prikupljanja novih fotografija gdje je obrađeno 1275 novih.

Redovito se objavljuju blog postovi gostujućih blogera. I na strani bloga zabilježen je veći postotak pregleda stranica u odnosu na 2015. godinu.

U domeni društvenih mreža na facebooku broj fanova konstantno raste, zabilježen je njihov porast od 3,4% u odnosu na prethodnu godinu. Ukupni je doseg porastao za 55%, najpopularnije su objave u formatu fotografije.

Instagram bilježi povećanje broja followera od 235% u odnosu na 2015. godinu. Broj lajkova u odnosu na prethodnu godinu povećao se čak za 90%.

Na strani twittera ostvaren je rast od 38,3% u odnosu na prethodnu godinu. Zabilježen je rast lajkova na tuitove od 11%, najpopularniji tweet odnosio se na poziv za sudjelovanje na manifestaciju Istria Wine & Walk.

Zabilježen je i porast pratioca na Google za 8,5% i rast pretplatnika na YouTube Kanalu za 22%.

Tokom godine povećana je dinamika aktivnosti kod e-mail marketinga.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Online komunikacija (konstantno)			
Ukupni iznos	25.505 kn	24.139 kn	928.501 kn

4.2 Offline komunikacija

OGLAŠAVANJA I ODNOSI S JAVNOŠĆU:

Marketing planomom 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.

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 u Italiji, Sloveniji i Austriji održavale su se u pravilu i press konferencije uz veliki odaziv tamošnjih novinara. Intenzivirana je suradnja sa udrugom talijanskih novinara Europske destinacije okusa posredstvom koje smo objavljivali članke i reportaže vezano za cjelokupno ponudu. Tokom godine ugodili smo više stranih novinara koji su na našem području boravili posredstvom Hrvatske turističke zajednice i TZIŽ.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Oglašavanje i odnosi s javnošću (<i>kontinuirano</i>)		
Ukupni iznos	3.000 kn	2.601 kn

PROMOTIVNI MATERIJALI I BROŠURE:

Sukladno odredbama Marketing plana clustera zajedno sa ostalim TZ-ovima u clusteru tiskane su tom 2016. godine slijedeće brošure i promo materijali:

- MTB mape
- Mape za cikloturiste
- Mape sa cestovnim stazama
- Kalendar manifestacija za 2016.

Turistička zajednica grada Buja samostalno je tiskala redizajnirani Plan grada Buja sa mapom šireg područja, Vodič kroz Buje i okolicu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Promotivni materijali i brošure (<i>travanj, kolovoz, rujan</i>)		
Ukupni iznos	14.666 kn	13.666 kn

TURISTIČKA SIGNALIZACIJA:

Postavljeno je više ploča turističke signalizacije, kao i obnovljena stara odnosno dotrajala ili uništena signalizacija na određenim lokacijama.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Turistička signalizacija (<i>kontinuirano</i>)		
Ukupni iznos	10.000 kn	10.369 kn

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 razvoja proizvoda.

Ponudu destinacije predstavi li smo još na jednodnevnim prezentacijama u Ljubljani (SLO), Tezze di Piave (I), Montagnani (I), Salettu (I), kao i na domaćim sajmovima, Oleum Olivarum, Krasica i Tuber fest, Livade

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Sajmovi i prezentacije (kontinuirano)		
Ukupni iznos	30.000 kn	29.321 kn

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 ožujku i prosincu.

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

Anketno ispitivanje za goste i ugostitelje prilikom održavanja gourmet manifestacija na području clustera. Za 2016. godinu nije angažirana agencija Heraklea sa projektom Mustery Guest.

Aktivnosti

Istraživanje tržišta

*(periodi održavanja manifestacija)***Financirano sa pozicija za razvoj proizvoda****7.2. Baza fotografija i filmova**

Započeto je snimanje video uratka destinacije. Tokom godine snimljeno je dosta materijala, snimanje se nastavlja pošto se želi prikazati cjelogodišnja ponuda destinacije.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Baza filmova i fotografija <i>(kontinuirano)</i>		
Ukupni iznos	8.800 kn	8.800 kn

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 sredstava boravišne pristojbe koja se uplaćuju na račun Turističke zajednice 30% doznačiti Gradu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Transfer boravišne pristojbe Gradu <i>(kontinuirano)</i>		
Ukupni iznos	168.000 kn	167.528 kn

9. Financijsko izvješće za 2016.

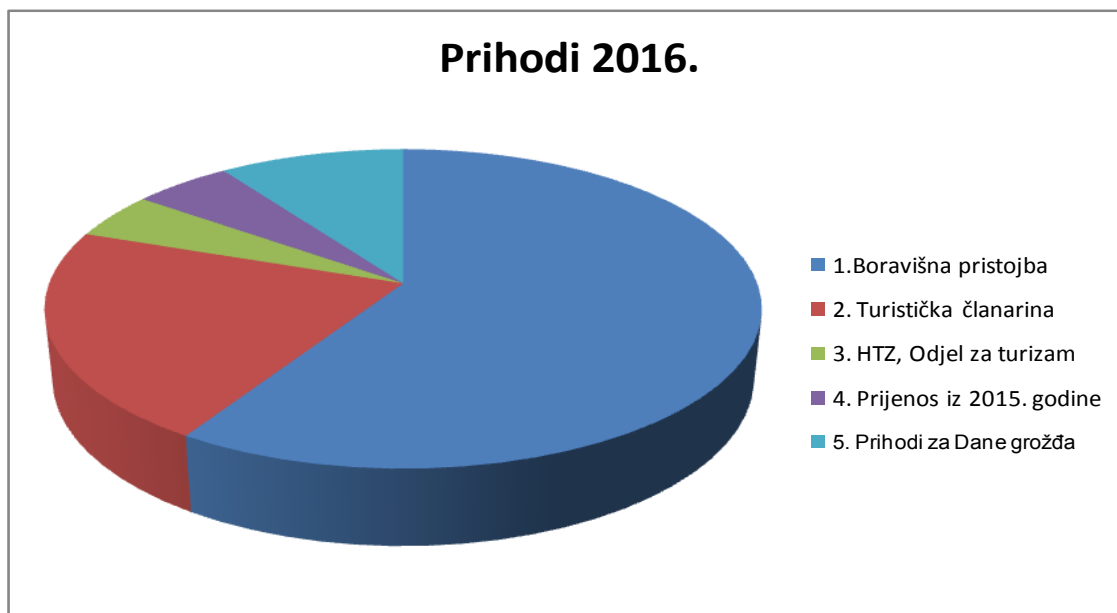
R.B.	PRIHODI	Plan 2016	Rebalans 2016	Ostvarenje 2016	indeks ostr./reb	udio %
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	540.000	560.000	552.303	99	61,53
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	220.000	190.000	207.444	109	25,07
3.	PRIHODI IZ PRORAČUNA	0	0	0		
3.2.	za programske aktivnosti	0	0	0		
3.1.	za funkcioniranje turističkog ureda	0	0	0		
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	30.000	40.000	44.548	101	3,42
4.1.	HTZ, Ministarstvo	20.000	10.000	10.000		
4.2.	Ostali prihodi	10.000	30.000	34.548		
4.3.	Kreditno zaduženje					
5.	PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	33.645	49.071	49.071	100	3,83
6.	Dan grožđa 2016	54.000	92.350	92.350	100	6,15
6.1	Jednokratna nagradna igra, tombola	54.000	37.500	37.500		
6.2	Sponzori-donatori		55.000	55.000		
	UKUPNO PRIHODI:	877.645	931.421	945.716	102	100

R.B.	RASHODI	Plan 2016	Rebalans 2016	Ostvarenje 2016	indeks ostr./reb	udio %
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	294.200	299.312	299.142	100	33,52
1.1.	RASHODI ZA RADNIKE	187.000	185.000	185.059	100	63,56
1.1.1	Rashodi za radnike	187.000	185.000	185.059		
1.2.	RASHODI UREDA	97.200	104.312	104.223	100	33,04
1.2.1	Rashodi ureda	53.200	61.192	61.358	100	54,73
1.2.1.1	Potrošni uredski materijal i mat za čišćenje	6.000	6.000	5.621		
1.2.1.2	Struja, voda, komunalije i sl.	10.000	12.000	12.260		
1.2.1.3	Usluge HT i HP, FINA, Banke	10.000	8.000	8.284		
1.2.1.4	Čišćenje prostorija	0	7.200	7.200		
1.2.1.5	Uređenje skladišnog prostora	6.000	6.880	6.880		
1.2.1.6	Premije osiguranja	1.200	1.228	1.228		
1.2.1.7	Usluge knjigovodstva	20.000	19.884	19.884		
1.2.2.	Rashodi TIC-a	44.000	43.120	42.865	99	45,27
1.2.2.1	Oprema za TIC	4.000	4.120	4.120		
1.2.2.2	Usluge HT i HP	13.000	8.000	8.748		
1.2.2.3	Ostali troškovi	27.000	31.000	29.997		
1.3.	RASHODI ZA RAD TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	10.000	10.000	9.859	99	3,40
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	286.349	328.038	327.603	100	32,63
2.1	POTPORE MANIFESTACIJAMA	204.000	241.972	241.457	100	71,24
2.1.1	Zabavne	107.000	144.830	146.701	101	52,45
2.1.1.1	Cluster	69.000	106.844	106.844	100	
2.1.1.1.1	Praznika Grožđa	69.000	106.844	106.844		
2.1.1.2	TZG Buje	38.000	37.986	39.857		
2.1.1.2.1	Karnevalske priredbe	1.000	944	944		
2.1.1.2.2	Ljetne priredbe u Kanegri	7.000	7.042	7.042		
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	Susreti, priredbe uz Dragonju	30.000	30.000	31.871		
2.1.2	Kulturne	8.000	6.000	5.958	100	3,92
2.1.2.1	Cluster	3.000	3.000	3.000		
2.1.2.1.1	Ex tempore IstrArt	3.000	3.000	2.958		
2.1.2.2	TZG Buje	5.000	3.000	2.958		
2.1.2.2.1	Bujsko kulturno ljeto	5.000	3.000	0		
2.1.2.2.2	Gunjci i piščaci, tradicionalna istarska glazba	0	0	0		
2.1.2.2.3	Susret klapa	0	0	0		
2.1.2.2.4						
2.1.2.2.5						
2.1.3	Sportske	13.000	8.469	8.469	100	6,37
2.1.3.1	Cluster	4.000	469	469		
2.1.3.1.1	Beach sports	4.000	469	469		
2.1.3.1.1.1	Odbojka na pijesku - Kanegra	4.000	469	469		
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	9.000	8.000	8.000		
2.1.3.2.1	Plivački maraton Kanegra - Portorož	0	0	0		
2.1.3.2.2	Eko - Bike marathon Buje	0	0	0		

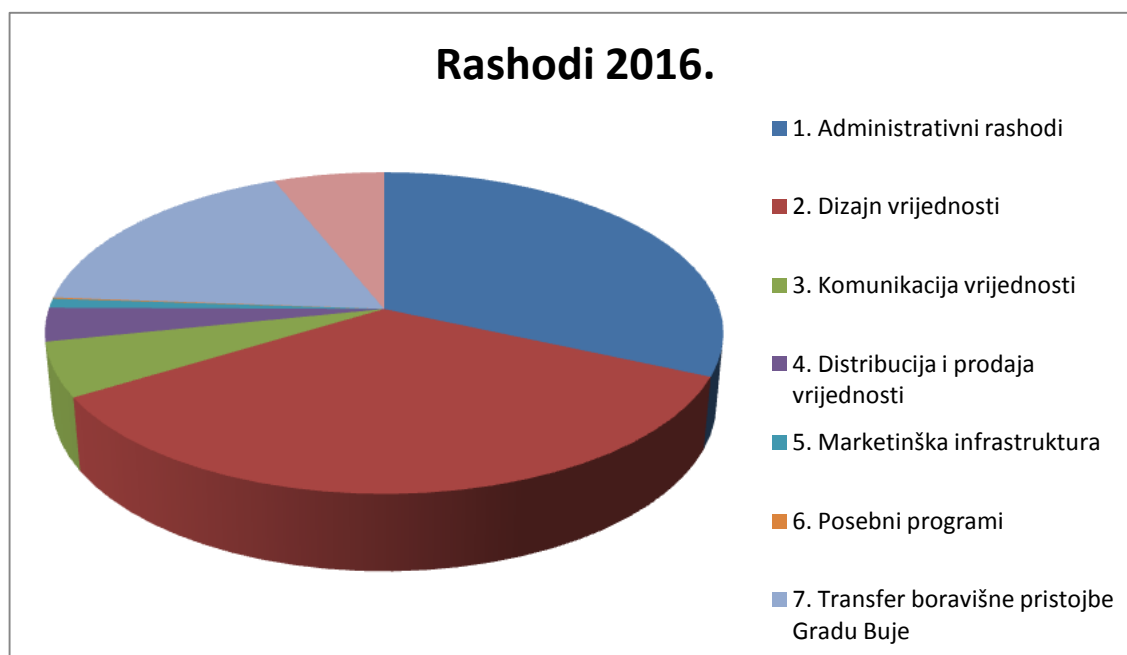
2.1.3.2.3	Momjanski bike marathon	1.000	0	0		
2.1.3.2.4	Pješački pohod Parenzanom	1.000	1.000	1.000		
2.1.3.2.5	100 Milja Istre	2.000	2.000	2.000		
2.1.3.2.6	Istria Wine Run	5.000	5.000	5.000		
2.1.4	Gourmet	26.000	33.871	33.003	97	12,75
2.1.4.1	Cluster	19.000	26.871	26.006		
2.1.4.1.1	Dani maslinova ulja - Oleum Olivarum	3.000	5.871	5.871		
2.1.4.1.2	Istria Wine & Walk	10.000	10.000	9.134		
2.1.4.1.3	Šparogada Kaštel	3.000	3.000	3.000		
2.1.4.1.4	Martinje Momjan	3.000	8.000	8.001		
2.1.4.2	TZG Buje	7.000	7.000	6.997		
2.1.4.2.1	Luganigada Marušići	0	0	0		
2.1.4.2.2	U carstvu muškata	3.000	3.000	2.986		
2.1.4.2.3	Večer s bujskom mistelom	0	0	0		
2.1.4.2.4	Films&vine	1.000	1.000	1.000		
2.1.4.2.5	Vino i gitare	3.000	3.000	3.011		
2.1.5	Ekološke	45.000	43.802	42.827	98	22,06
2.1.5.1	TZG Buje	45.000	43.802	42.827		
2.1.5.1.1	Uređenje turističkih mjesta	45.000	43.802	42.827		
2.1.6	Ostalo	5.000	5.000	4.500	90	2,45
2.1.6.1	TZG Buje - pješačkih staza	5.000	5.000	4.500		
2.2	POTPORA RAZVOJU DMO	0	0	0		0
2.2.1	Turističke agencije i vodiči - prezentacije	0	0	0		
2.3	POTPORA RAZVOJU DMK	0	0	0		
2.3.1	Seminari u suradnji s TZIŽ	0	0	0		
2.4	RAZVOJ PROIZVODA	82.349	86.066	86.146	100	28,76
2.4.1	Cluster	82.349	86.066	86.146		
2.4.1.1	Nogomet	3.926	3.926	3.368		
2.4.1.2	Tenis	0	0	0		
2.4.1.3	Wellness	0	0	0		
2.4.1.4	Bike	60.423	66.140	67.168		
2.4.1.4.1	bike proizvod	15.423	16.126	16.126		
2.4.1.4.2	bike signalizacija	5.000	3.514	3.514		
2.4.1.4.3	održavanje staza	5.000	5.000	4.678		
2.4.1.4.4	održavanja Parenzane	35.000	41.500	42.850		
2.4.1.5	Gourmet	18.000	16.000	15.610		
2.4.2	TZG Buje	0	0	0		
2.4.2.1	Izvorni suvenir	0	0	0		
3.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	71.500	54.046	51.650	95	8,15
3.1	ONLINE KOMUNIKACIJA	28.505	26.380	25.014	95	39,86
3.1.1	Internet oglašavanja	28.505	26.380	25.014		
3.1.1.1	Istra D.M.C.	25.505	25.505	24.139		
3.1.1.2	TZG Buje	3.000	875	875		
3.2	OFFLINE KOMUNIKACIJA	39.000	24.666	24.035	97	54,54
3.2.1	PR AKTIVNOSTI	0	0	0		
3.2.2	BROŠURE I TISKANI MATERIJAL	29.000	14.666	13.666		
3.2.2.1	Cluster	24.000	6.060	5.060		
3.2.2.1.1	Image katalog	4.000	0	0		
3.2.2.1.2	Gourmet vodiči	4.500	0	0		
3.2.2.1.3	Bike vodiči i mape	8.000	1.416	1.416		
3.2.2.1.4	Mape i vrećice	3.000	1.000	0		

3.2.2.1.5	Kalendar događanja	4.500	3.644	3.644		
3.2.2.2	TZG Buje	5.000	8.606	8.606		
3.2.2.2.1	Plan grada i ostalo /vizitke, razglednice.../	5.000	8.606	8.606		
3.2.3	INFO TABLE	10.000	10.000	10.369		
3.2.3.1	Turistička signalizacija	10.000	10.000	10.369		
3.2.3.2	Panoi dobrodošlice	0	0	0		
3.2.4		0	0	0		
3.3	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	0	0	0		0
3.4	OGLAŠAVANJE	4.000	3.000	2.601	87	5,59
3.4.1	TZG Buje	4.000	3.000	2.601		
4.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	36.000	33.000	32.228	96	4,10
4.1	SAJMOVI	3.000	0	0		
4.2	STUDIJSKA PUTOVANJA	3.000	3.000	2.489		
4.3	PREZENTACIJE	30.000	30.000	29.739		
5.	INTERNI MARKETING	0	0	0		0
5.1	EDUKACIJA	0	0	0		
5.2	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	0	0	0		
5.3	NAGRADE I PRIZNANJA	0	0	0		
		0	0			
6.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	20.000	8.800	8.800	100	2,28
6.1	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	10.000	0	0		
6.2	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	0	0	0		
6.3	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	0	0	0		
6.4	SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA	0	0	0		
6.5	BAZA FOTOGRAFIJA i FILMOVA	10.000	8.800	8.800		
7.	POSEBNI PROGRAMI	7.596	1.200	1.200	100	0,86
8.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU	162.000	168.000	167.528	100	18,46
	Transfer Gradu	162.000	168.000	167.528		
9.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE					
10.	UKUPNO RASHODI	877.645	883.596	888.151	101	100
	prijenos u 2017. godinu		39.025	57.565		

Slika 3. Struktura prihoda Turističke zajednice Grada Buja za 2016. godinu



Slika 4. Struktura rashoda Turističke zajednice Grada Buja za 2016. godinu



10. Zaključak

Poslovanje Turističke zajednice Grada Buja, u 2016. godini odvijalo se poštujući odredbe propisane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/2008), Statuta Turističke zajednice Grada Buja, Programa rada i financijskog plana za 2016. godinu kao i smjernica Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma od 2014. do 2020, Master Plana turizma Istarske županije od 2015. do 2025. i Marketing plana clustera za 2016. godinu.

Izvori podataka za tablice i grafičke prikaze korišteni su iz sustava eVisitor te iz evidencije Turističke zajednice Grada Buja.