

Turistička zajednica grada Buja

Ente per il turismo della citta' di Buie

IZVJEŠĆE O RADU SA FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM ZA 2019. godinu /godišnje izvješće o izvršenju/

...in all the colours of Istria

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

- 1.1 Vizija
- 1.2 Ciljevi Programa rada za 2019. 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 Tenis
 - 3.2.4. Sport, ostalo
 - 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 2019.****10. Zaključak****Prilozi**

- Prikaz uplate boravišne pristojbe po obveznicima plaćanja u 2019.
- Prikaz uplate turističke članarine po obveznicima plaćanja u 2019.

UVOD:

Početak poslovne godine pokazao se izuzetno neizvjesnim. Pesimistične prognoze koje su se svakodnevno mogle čuti posebno u određenim medijima samo su povećavale prisutnu neizvjesnost.

Ipak poslovna se godina pokazala izuzetno uspješnom

Ostvarila su se predviđanja o povećanju turističkog prometa, što posebno veseli. Veliko hvala svim dionicima u turističkom sektoru koji su učinili velike napore te su upornošću, znanjem, radom i iskustvom pridonijeli povećanjem prometa i svakako razvoju destinacije.

U 2019. godini na području Turističke zajednice Grada Buja ostvareno je ukupno 214.305 noćenja što je u odnosu na ostvarenih 205.045 u 2018. godini, predstavlja povećanje od 4,52%.

U istom izvještajnom razdoblju ostvareno je 45.402 dolazaka, što predstavlja povećanje od 6,19% u odnosu na 2018. godinu.

U poslovnoj 2019. godini ostvareno je 1,28% više noćenja i čak 8,16% više dolazaka od do sada rekordne 2017. godine.

Svoje poslovanje i aktivnosti Turistička zajednica Grada Buja u 2019. godini 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 2019. godinu.

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, nastavljena je i tokom 2019. godine.

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 promotivni 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 2019. godine 20,7 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja. U odnosu na 2018. godinu to predstavlja 5% više dolazaka, odnosno 2% više noćenja.

Turistička zajednice Istarske županije u 2019. godini ostvaruje 4.609.657 dolazaka 3% više nego u 2018. godini. Noćenja je ostvareno ukupno 28.709.800 što isto predstavlja 1% više nego u protekloj 2018. godini.

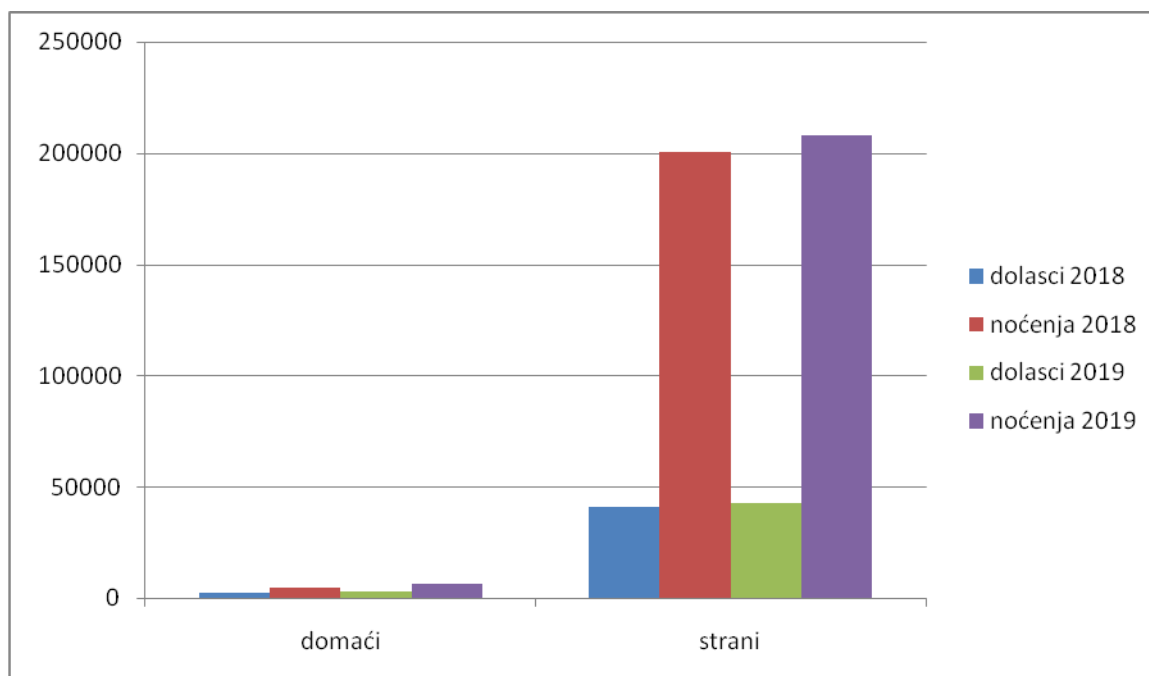
U uvodnom je dijelu navedeno da je na području Turističke zajednica grada Buja ostvareno je ukupno 45.402 dolazaka što je za 6,19% više nego u 2018. godini i 214.305 noćenja što je za 4,52% više nego u 2018. godini.

Domaći gosti ostvarili su 2.896 dolazaka što predstavlja 35,07% više u odnosu na 2018. godinu i 6.230 noćenja, 29,55% više nego protekle 2018.godine.

Tablica 1. Ostvareni broj dolazaka i noćenja na području TZ Grada Buja za 2019. i 2018. godinu

Zemlja	Dolasci 2019	Dolasci 2018	Indeks	Noćenja 2019	Noćenja 2018	Indeks
Ukupno domaći	2.896	2.144	135,07	6.230	4.809	129,55
Ukupno strani	42.506	40.612	104,66	208.075	200.236	103,91
UKUPNO	45.402	42.756	106,19	214.305	205.045	104,52

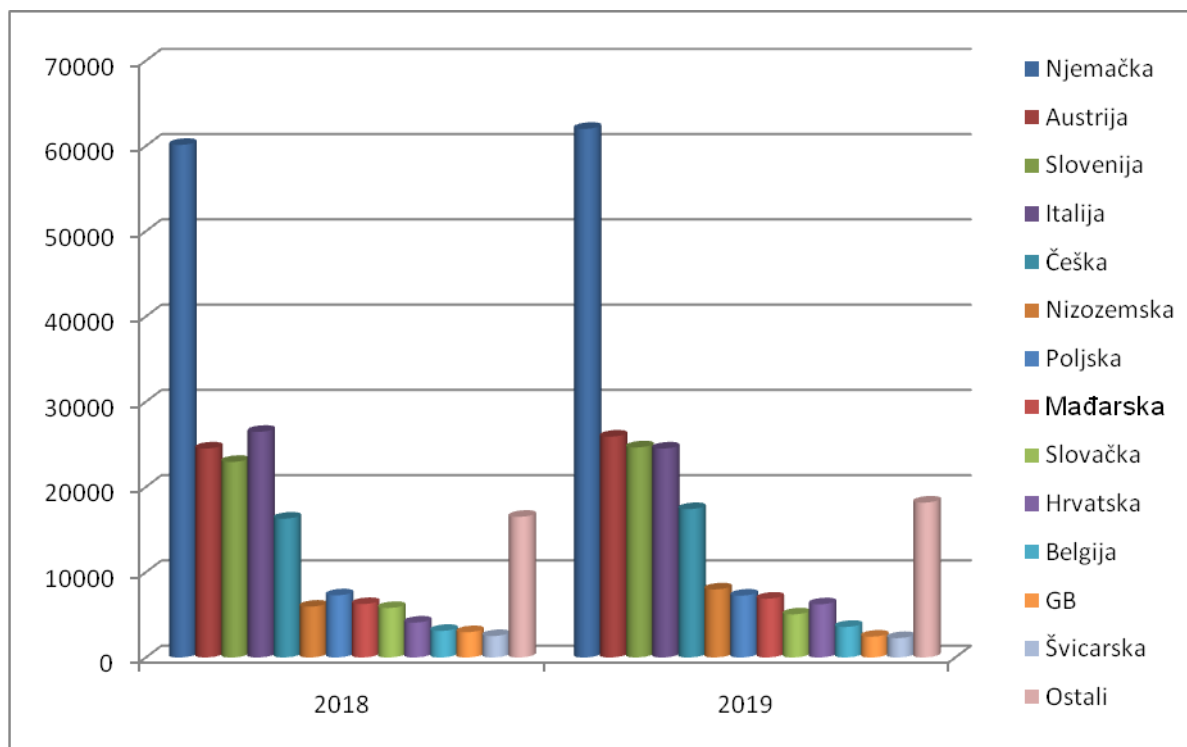
Slika 1. Ostvareni broj dolazaka i noćenja na području TZ Grada Buja za 2018. i 2019. godinu



Tablica 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama sa udjelima na području TZ Grada Buja za 2019. i 2018. godinu

Zemlja	2019	udio	2018	udio
Njemačka	62.000	28.93%	60.121	29.32%
Austrija	25.902	12.09%	24.508	11.95%
Slovenija	24.638	11.50%	22.934	11.18%
Italija	24.506	11.44%	26.459	12.90%
Češka	17.397	8.12%	16.280	8.12%
Nizozemska	7.981	3.72%	5.957	2.83%
Poljska	7.247	3.38%	7.281	3.55%
Mađarska	6.894	3.22%	6.259	3.05%
Slovačka	5.050	2.36%	5.803	2.83%
Hrvatska	6.230	2.35%	4.089	2.35%
Belgija	3.581	1.80%	3.112	1.52%
Ujedinjena Kraljevina	2.441	1,29%	2.959	1.44%
Švicarska	2.271	1.06%	2.509	0,98%
Ostali	18.167	8.74%	16.498	8.04%
Ukupno	214.305	100	205.045	100

Slika 2. Ostvareni broj noćenja po zemljama na području TZ Grada Buja za 2018. i 2019. godinu



Prema očekivanjima najveći broj dolazaka odnosno noćenja ostvarili su gosti sa tradicionalnih emitivnih tržišta. Njemački su gosti ostvarili najviše 62.000 noćenja sa udjelom od 28,93% gosti iz Austrije ostvarili su 25.902 noćenja sa udjelom od 12,09%, slovenski gosti sa 24.638 noćenja ostvarili su udio od 11,50%. Sa udjelom od 11,44% gosti iz Italije ostvarili su 24.506 noćenja. Gosti sa češkog tržišta sa 17.397 noćenja zabilježili su udio od 8,12%.

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 2019. godinu

Vrsta objekta	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno
Turističko naselje	1.507	19.329	20.836	2.806	89.781	92.587
Objekti u domaćinstvu	608	7.665	8.273	1.542	47.108	48.650
Kamp	11	7.665	6.349	32	42.520	42.552
Soba za iznajmljivanje	335	4.524	4.859	655	7.917	8.572
Kuća za odmor	26	842	868	116	6.671	6.787
Apartman	86	713	799	224	4.772	4.994
Hotel	84	1.892	1.976	182	4.579	4.761
Kuća za odmor (vikendica)	0	82	82	0	1.675	1.675
Pansion	35	602	637	73	1.073	1.146
Hostel	96	176	272	314	347	661
Kuća stanovnika grada	0	62	62	0	621	621
Gostionica	77	84	161	247	365	612
Objekti na OPG-u	31	173	204	39	364	403
Stan stanovnika grada	0	17	17	0	148	148
Stan za odmor (vikendica)	0	7	7	0	136	136
Ukupno:	2.896	42.506	45.402	6.230	208.075	214.305

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.

Najviše je noćenja ostvareno u naselju Kanegra 125.558, u naselju Kaštel 23.671, u Bujama 13.604, Momjanu 9.406, Kaldaniji 7.730, Plovaniji 7.244, Baredinama 4.531, Krasici 3.991, Bibalima 3.436....

Zabilježen je veliki broj obilazaka od strane domaćih i stranih gostiju izletnika za turističke sadržaje u unutrašnjem dijelu područja od Vinskih cesta, Cesta maslinovog ulja, Cesta meda, kulturnih znamenitosti, bike i pješačkih staza, te gourmet ponude. Dobro su posjećene i manifestacije izvan glavne turističke sezone namijenjenim upravo navedenim proizvodima destinacije, što potvrđuje i povećani broj dolazaka u odnosu na proteklu godinu.

Veliki je broj posjetitelja posjetio 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.

U 2019. godini svake srijede gosti su mogli upoznati starogradsku jezgru sa licenciranim vodičem. Pokazao se veliki interes za razgledavanje.

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

Programom rada za 2019. godinu, nastavili smo poznatom vizijom, gdje njegujući kulturu kvalitete i brigu o gostu, nadalje gostoljubivošću, sigurnošću i jedinstvenošću autentičnih i kvalitetnih sadržaja i doživljaja postati prepoznatljivo, poželjno i konkurentno odredište na međunarodnom turističkom tržištu, sa ponudom koja gostu pruža jedinstven doživljaj.

1.2. Ciljevi programa rada za 2019. godinu

U Programu rada za 2019. godinu bili su definirani navedeni ciljevi:

- Povećati turistički promet za 3% .
- 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 i društvenih mreža 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

Svi su postavljeni ciljevi realizirani, veseli činjenica da je jedan od najosnovnijih ciljeva povećanje turističkog prometa, 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 se primjenjuje informacijski sustava za prijavu i odjavu turista eVisitor, sa edukacijama za nove iznajmljivače.

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 prezentacije kao i e- marketinga. Sve navedene aktivnosti popraćene su tiskanjem zajedničkih promo materijala i u 2019. godini. Suradnja se temeljila na odredbama Marketing plana clustera za 2019. 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	360.821 kn	348.630 kn

2.2 Rad tijela Turističke zajednice

Tokom 2019. godine aktivno su radila sva tijela Turističke zajednice. Skupština zajednice sastala se dva puta, Turističko vijeće zajednice sastalo se tri 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.

3. Dizajn vrijednosti

3.1 manifestacije

Turistička zajednica organizirala je i suorganizirala određeni broj manifestacija kojima se obogaćuje turistička ponuda i predstavlja destinacija u cjelini. Manifestacije su podijeljene u nekoliko slijedećih skupina:

*** Gourmet manifestacije**

- „**Luganigada**“ /Festival domaćih kobasica/, Marušići, 25. - 27. siječanj, tradicionalna 27-ta po redu manifestacija. U petak 25. 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.

Trećeg dana manifestacije na organiziranom pješačenju okolicom Marušića na posebno pripremljenoj stazi od desetak kilometara učestvovalo je stotinjak hodača, isto tako posebnom stazom vozili su i rekreativno brdski biciklisti, nakon čega je organizirano zajedničko druženje uz degustaciju domaćih kobasica.

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.

- „**Sweet Wine & Walk**“, 13. travanj. Vinska rekreativna šetnja momjanštinom, Carstvom muškata, od podruma do podruma uz vinograde i maslinike. Vinari partneri Snković, Kabola, Kozlović, Brajko i Prelac.

Ukupno 7 km šetnje, posjetitelji su kušali Muškat momjanski navedenih vinara kojemu je i manifestacija posvećena.

- **ZLATNA ŠPAROGA**, Plovanija, 24. travanj 2019. Međunarodno natjecanje u pripremi jela od šparoga ove je godine održano u restoranu hotela Zephyr u Plovaniji. Na natjecanju uz domaćina učestvovali su još konoba Pjero iz Kremenja i agroturizam Radešić iz Punta Krasice. Novinarima je 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 26. do 28. travnja, tradicionalna 22. po redu 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.

- **Susreti «OLEUM OLIVARUM»**, Krasica, 04. i 05. svibanj 2019. godine. Susreti su održani 22. puta za redom. Ocjenjivalo se uzorke 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.

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

- „**Istria Wine & Walk**“, 18. svibanj. Manifestacija održana po peti 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 9 vrhunskih vinara te delicije lokalnih ugostitelja.

- „**U carstvu muškata**“ 19. srpanj, Momjan, jedanaesti po redu susret muškata i umjetnosti. Uz veliki broj posjetitelja na zanimljivoj i slikovitoj lokaciji pokraj Momjanskog kaštela. Cilj manifestacije promocija Momjanskog muškata na poseban način.

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

- «**Sv. Martin**», **Momjan**, 08. do 11. studeni, tradicionalna manifestacija, u sklopu koje je u „momjanskim kantinama“ za sve posjetitelje održana međunarodna Vetrina muškata.

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

Organiziran je i obred krštenja mošta Muškata momjanskog te izložba „bucolaja“.

- „**Fešta Istriana**“, 29. kolovoz, Kanegra, manifestacija organizirana u cilju promocije naših vrhunskih vina, kvalitetnih maslinovih ulja i autohtone gourmet ponude. Uz zabavu sa plesom i folklorom gostima su predstavljene stari zanati i običaji...

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Organizacija gourmet manifestacija (kontinuirano, prema datumima)		
Ukupni iznos	115.710 kn	120.822 kn

*** Turističko kulturno-umjetničke manifestacije:**

- «**Karnevalske priredbe**», održane su u nedjelju 03. ožujka sa maškaranim mimohodom gradskim ulicama.

U utorak 05. ožujka održan je dječji karneval sa mimohodom gradskim ulicama.

Paljenje pusta održano je u srijedu 06. ožujka u Kaštelu i Marušićima.

- „**Proslava Sv. Servola**“, Buje, 26. svibanj, EX-TEMPORE likovni natječaj u bujskoj starogradskoj jezgri uz koncert Niklasa Paschburga na klaviru u župnoj crkvi sv. Servula.

- „**Istria Folk Fest**“, 29. lipanj, Buje, Međunarodni folklorni festival na Trgu Sv. Servula uz nastup grupa iz Moldavije, Slovačke, Poljske, Latvije i Mađarske.

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

- „**Dan Kanegre**“ 07. srpanj, Turističko naselje Kanegra manifestacija zabavnog karaktera. Priređen je poseban dječji program.

- „**Ljetni karneval**“ Kanegra, 12. 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 23. kolovoz, koncert na gitari mladog glazbenika Natka Štiglića, uz degustaciju vina sa područja momjanštine na prostoru vidikovca Sv. Mauro.

- „**Films and Wine**“, 27. kolovoz, Kanegra, projekcija cjelovečernjeg filma „Bohemian Rhapsody“

- „**Istria Folk Fest**, 30. kolovoz, Buje, Međunarodni folklorni festival uz nastup grupa iz više grupa iz Slovačke i Bugarske.

- «**Dani grožđa**» Buje, od 13. do 15. 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.

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

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Organizacija turističko kulturno-umjetničkih manifestacija <i>(kontinuirano, prema datumima)</i>		
Ukupni iznos	460.164 kn	448.307 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

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

-**Rekreativna „MTB biciklijada**“ 30. lipanj, Marušići

- „**Istria Wine Run**“ 07. rujanj, nakon starta u Momjanu veliki broj učesnika prošao je i kroz centar Buja

- „**Istria Granfondo**“ 19. listopad, Međunarodna cestovna biciklistička manifestacija.

- „**Vinski bike maraton**“ 10. studeni, Momjan, rekreativna MTB biciklijada

- „**Pješački pohod Parenzanom**“, 15. prosinac Buje, pješački pohod Buje-Grožnjan-Buje, obilježavanje 117-te obljetnice polaska vlaka od Buja prema Poreču.

Nekoliko je sportskih manifestacija tokom godine odgođeno zbog vremenskih neprilika.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Organizacija sportskih manifestacija <i>(kontinuirano, prema datumima)</i>		
Ukupni iznos	10.250 kn	10.171 kn

*** Ekološke manifestacije:**

Na čitavom području grada posebno na lokalitetima koje posjećuju i na kojima borave gosti održano je više eko manifestacija u suradnji sa udrugama i mjesnim odborima.

Biciklističke i pješačke staze održavane su konstantno tokom godine.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Organizacija ekoloških manifestacija (ožujak, travanj, svibanj)		
Ukupni iznos	25.000 kn	24.625 kn

3.2 Razvoj proizvoda

U Marketing planu clustera za 2019. godinu turistički proizvodi diversificirani su na bike, tenis, wellness, nogomet gourmet i outdoor.

Tokom godine organiziran je veliki broj manifestacija, događanja i edukacija, a sve u svrhu pozicioniranja i prepoznatljivosti clustera. Događaja su uglavnom održana 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

Razvijajući bike proizvod sa ciljem dovođenja što većeg broja cikloturista u periodima izvan glavne turističke sezone, kao i povećanje broja noćenja na tom segmentu postali smo prepoznatljiva je i kvalitetno organizirana biciklistička destinacija sa zadovoljavajućom ponudom i za najzahtjevnije ljubitelje biciklizma svih kategorija

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.

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: Granfondo Tarros Montura La Spezia, Granfondo Riccione, sajam Eurobike, Maraton Franja, te Press konferencija Ljubljana.

Laura Šimenc, svjetska amaterska prvakinja u biciklizmu angažirana je kao bike promotor clustera temeljem posebnog ugovora.

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

Tokom godine organizirano je više rekreativnih biciklijada i nekoliko natjecateljskih a posebno je za izdvojiti sedmo izdanje biciklističkog maratona Istria Granfondo. Ažuriran je i novi Bike e-book.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj bike proizvoda (konstantno)			
Ukupni iznos	12.000 kn	12.415 kn	374.750 kn

3.2.2 Wellness

Wellness proizvod konstantno se razvija na području clustera gdje postoji preko 10 000 m2 površina pod kvalitetnom wellness ponudom sa raznovrsnim programima. Aktivnosti se provode prateći nove trendove sa ciljem dovođenja gostiju i u periodima izvan glavne turističke sezone.

Aktivnosti	Planirano	ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj wellness proizvoda (konstantno)			
Ukupni iznos	3.868	4.049	124.875 kn

3.2.3 Nogomet

I tokom 2019. godine nije se posebno radilo na daljnjem razvoju nogometa. Korišteni su ranije postignuti standardi.

Aktivnosti	Planirano	ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj nogomet proizvoda (siječanj, veljača)			
Ukupni iznos	581 kn	565 kn	10.000 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	ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj nogomet proizvoda (siječanj, veljača)			
Ukupni iznos	3.870 kn	3.536 kn	124.937,63 kn

3.2.5. Outdoor, Sport ostalo

Kreiranje novih pješačkih i jogging staza novi je proizvod koji je realiziran tokom 2019. godine. Krajem godine izdana je i nova mapa sa svim stazama.

Tokom godine radilo se na razvoju ostalih Outdoor sportova temeljem odredbi Marketing plana clustra.

Aktivnosti	Planirano	ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj nogomet proizvoda (siječanj, veljača)			
Ukupni iznos	6.700 kn	6.634 kn	179.250,00 kn

3.2.6. Gourmet

Sve operativne aktivnosti kod razvoja gourmet proizvoda provode se u cilju daljnjeg unapređenja kvalitete nakon prepoznatljivosti po izuzetnoj kvaliteti u tom segmentu. Mnogo je zacrtanih aktivnosti sa različitim sadržajima provedeno tokom čitave godine u svrhu razvoja gourmet proizvoda. Manifestacije Wine & Walk Sweet, Istria Wine & Walk, te Wine & Walk by the sea, Šparogada, Zlatna šparoga, Susreti Oleum Olivarum prilika su na kojima se široj publici predstavljaju svi proizvodi destinacije sa posebnim naglaskom na gourmet ponudu..

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.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Razvoj gourmet proizvoda (konstantno)			
Ukupni iznos	25.000 kn	20.284 kn	484.562,50 kn

3.2.7. Valorizacija Muškata momjanskog

Turistička zajednica grada Buja zajedno sa Udrugom proizvođača momjanskog muškata „vino momilianum konstantno je i tokom 2019. godine provodila određene aktivnosti oko daljnje valorizacije Muškata momjanskog nakon dobivanja oznake izvornosti od strane Ministarstva poljoprivrede RH. Održano je nekoliko zajedničkih sastanka oko dogovaranja daljnjih aktivnosti vezano za brendiranje muškata momjanskog kao izvornog i veoma značajnog proizvoda momjanštine. Po tom pitanju nastavljena je suradnja sa studijom Sonda. 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

Na području Buja u 2019. godini kreirane su četiri pješačke staze na izuzetno atraktivnim lokalitetima. Staze su numerirane, započeto je postavljanje signalizacije i samo uređenje staza. Uz trasu Parenzane, dionice Istarskog planinarskog puta kao i dionice Europskog pješačkog puta E 12 značajno se povećala ponuda gostima koji prakticiraju tu sportsko rekreacijsku aktivnost i izvan glavne turističke sezone.

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 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	68.000 kn	63.811 kn

4. Komunikacija vrijednosti

4.1 Online komunikacija

Internet portal klastera sjeverozapadne Istre ColoursofIstria.com je imao 801.061 posjetu u 2019. godini što je +23% u odnosu na prethodnu godinu. Pregledano je ukupno 1.491.326 stranica što je 20% više u odnosu na 2018. godinu. Organske posjete su iznosile 581.133 što je +33% uspoređujući sa prethodnom godinom. Ukupno je 72% posjeta došlo organskim putem. 65% posjeta je bilo sa mobilnog uređaja, a ostatak, 35%, sa računala ili tableta.

U razdoblju od siječnja do prosinca 2019. poslano je ukupno 12 newslettera, a slani su na 5 jezika – hrvatskom, engleskom, njemačkom, slovenskom i talijanskom. Tijekom 2019. godine na Bloku klastera objavljeno je 60 blog postova na hrvatskom i engleskom jeziku. Na blogu je kroz 2019. pregledano 63.532 stranice što je +13% u odnosu na 2018. godinu.

Na digitalnim kanalima objavljeno je: Facebook 354 posta, Facebook eventi 63 posta, Twitter 316 twittova, Instagram 326 objava. Na Facebook pageu klastera sjeverozapadne Istre imali smo na kraju razdoblja 107.260 fanova što je +3,17% u odnosu na 2018. godinu, a pokazatelji interakcije u značajnom su plusu (lajkovi i reakcije su porasli 157% u odnosu na 2018., a komentari 124%). Broj pratitelja na Twitteru je porastao za 5%, a društvena mreža Instagram imala je najveći porast +37,56%. Ukupni broj lajkova se na Instagramu povećao za 61%, a broj komentara za 30%. Rast ključnih pokazatelja rezultat je objava novih članaka na web-u odnosno portalu, kvalitetnih novih fotografija zanimljivog sadržaja, novih video materijala, komunikacije sa zajednicom na društvenim mrežama te redovitom praćenju trendova u svim e – marketing aktivnostima

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno	Ostvareno cluster ukupno
Online komunikacija (konstantno)			
Ukupni iznos	23.000 kn	22.847 kn	978.500 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.. 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, TZIŽ, kao i u vlastitoj režiji.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Oglašavanje i odnosi s javnošću (kontinuirano)		
Ukupni iznos	10.042 kn	9.500 kn

PROMOTIVNI MATERIJALI I BROŠURE:

Sukladno odredbama Marketing plana clustera zajedno sa ostalim TZ-ovima u clusteru tiskane su tokom 2019. godine slijedeće brošure i promotivni materijali:

- MTB mape
- Mape za cikloturiste
- Mape sa pješačkim i jogging stazama
- Kalendar manifestacija za 2019.

Tiskan je i letak Buje Free Guided Tour sa planom grada za organizirano vođenje starogradskom jezgrom.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Promotivni materijali i brošure (travanj, kolovoz, rujna, prosinac)		
Ukupni iznos	10.408 kn	5.408 kn

TURISTIČKA SIGNALIZACIJA:

Postavljeno je više ploča turističke signalizacije, kao i obnovljena stara odnosno dotrajala ili uništena signalizacija na određenim lokacijama. Ažurirane su i info table sa planovima Grada.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Turistička signalizacija (kontinuirano)		
Ukupni iznos	16.000 kn	16.031 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, 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 (SLO), La Speziji, Riccione, Montagnani (I), Beču (A), Beogradu na domaćim sajmovima, Oleum Olivarum, Krasica i Tuber fest, Livade.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Sajmovi i prezentacije (kontinuirano)		
Ukupni iznos	47.420 kn	47.418 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, travnju i prosincu.

Aktivnosti	Planirano	Ostvareno
Sajmovi i prezentacije (kontinuirano)		
Ukupni iznos	5.000 kn	2.260 kn

6. Interni marketing

6.1. Edukacija

Nastavljena je edukacija zaposlenika u turističkim zajednicama posredstvom Turističke zajednice Istarske županije, Hrvatske turističke zajednice i Odjela za turizam istarske županije. 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.

Održana je i edukacija za privatne iznajmljivače.

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 koordinacije 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

Tokom godine u više navrata organizirano je anketno ispitivanje gostiju i ugostitelja prilikom održavanja gourmet manifestacija na području clustera.

Aktivnosti

Istraživanje tržišta

(periodi održavanja manifestacija)

Financirano sa pozicija za razvoj proizvoda

7.2. Baza fotografija i filmova

Započeta je izrada novih video materija za područje clustera i Turističku zajednicu. Zbog specifičnosti ponude snimanje se odvijalo gotovo čitavu godinu. Predstavljanje video uratka održati će se u prvom kvartalu slijedeće godine.

Nadopunjena je i baza fotografija posebno sa manifestacija i događanja.

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	247.500 kn	247.783 kn

9. Financijsko izvješće za 2019.

Rd.broj	PRIHODI	Iznos
1.	PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	827.773
2.	PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	233.703
3.	PRIHODI IZ PRORAČUNA	161.000
3.2.	za programske aktivnosti	161.000
3.1.	za funkcioniranje turističkog ureda	
4.	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	43.468
4.1.	HTZ, Ministarstvo	
4.2.	Ostali prihodi, Upravni odjel za turizam	43.468
4.3.	Kreditno zaduženje	
5.	DONOS IZ PRETHODNE GODINE	38.466
6.	Dani grožđa 2019.	192.620
6.1.	Dani grožđa, nagradna igra tombola	82.120
6.2.	Dani grožđa, sponzori	110.500
	UKUPNO PRIHODI:	1.497.031

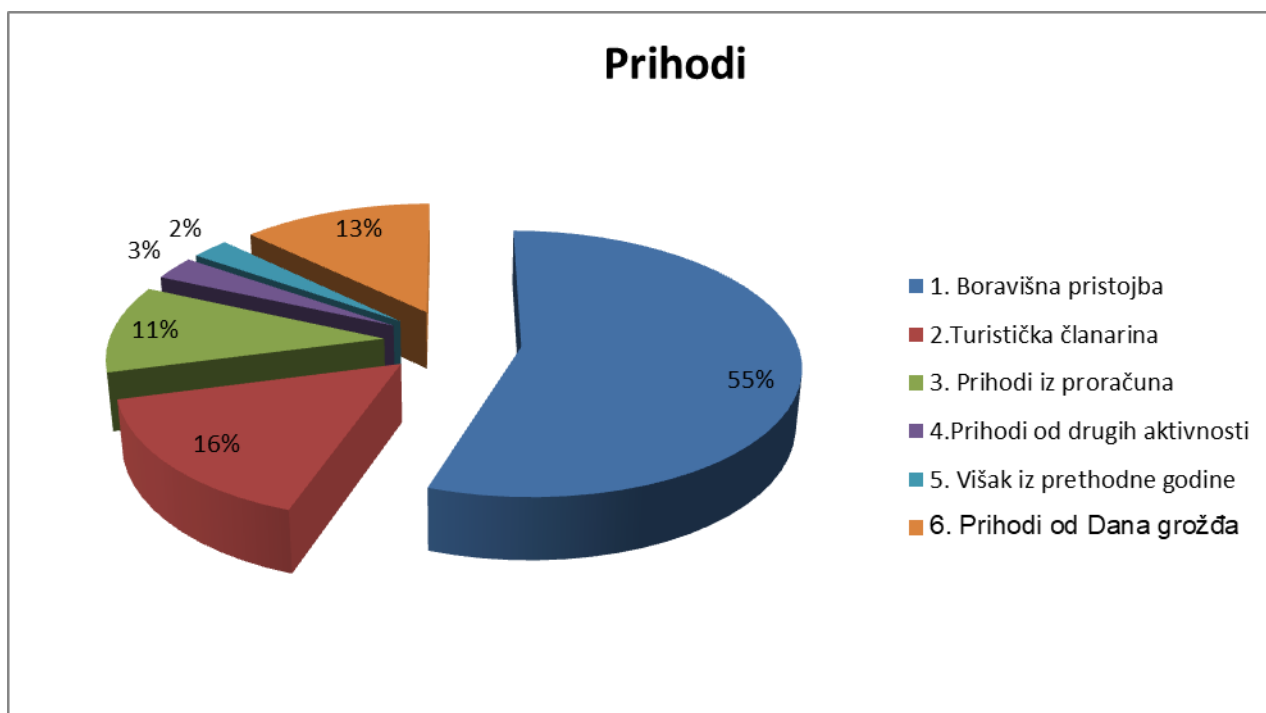
Rd.broj	RASHODI	Plan 2019
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	348.630
1.1.	RASHODI ZA RADNIKE	243.339
1.1.1	Rashodi za radnike	243.339
1.2.	RASHODI UREDA	105.291
1.2.1	Rashodi ureda	52.955
1.2.1.1	Potrošni uredski materijal i mat za čišćenje	6.019
1.2.1.2	Struja, voda, komunalije i sl.	11.535
1.2.1.3	Usluge HT i HP, FINA, Banke	8.549
1.2.1.4	Čišćenje prostora	6.750
1.2.1.5	Uređenje skladišnog prostora	0
1.2.1.6	Premije osiguranja	1.228
1.2.1.7	Usluge knjigovodstva	18.875
1.2.2.	Rashodi TIC-a	52.337
1.2.2.1	Oprema i uređenje TIC-a	7.023
1.2.2.2	Usluge HT i HP	6.185
1.2.2.3	Ostali troškovi	39.128
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	740.883
2.1	POTPORE MANIFESTACIJAMA	612.492
2.1.1	Zabavne	422.869
2.1.1.1	Cluster	324.060
2.1.1.1.1	Dani grožđa	324.060
2.1.1.2	TZG Buje	98.810

2.1.1.2.1	Karnevalske priredbe	16.864
2.1.1.2.2	Ljetne priredbe u Kanegri	33.007
2.1.1.2.3	Božićno-novogodišnje priredbe	1.956
2.1.1.2.4	Mjesna fešta Triban	625
2.1.1.2.5	Susreti, priredbe uz Dragonju	35.000
2.1.1.2.6	Mjesna fešta Kršete	11.358
2.1.2	Kulturne	25.438
2.1.2.1	Cluster	5.000
2.1.2.1.1	Ex tempore IstrArt	5.000
2.1.2.2	TZG Buje	20.438
2.1.2.2.1	Bujsko kulturno ljeto	20.438
2.1.3	Sportske	10.171
2.1.3.1	Cluster	213
2.1.3.1.1	Beach sports	213
2.1.3.1.1.1	Maraton Kanegra	213
2.1.3.1.2	Bike	0
2.1.3.1.2.1	Novogodišnja biciklijada	0
2.1.3.2	TZG Buje	9.958
2.1.3.2.1	Natjecanje dronova	0
2.1.3.2.2	Jazavac Trail	1.000
2.1.3.2.3	Momjanski bike marathon	1.048
2.1.3.2.4	Pješački pohod Parenzanom	911
2.1.3.2.5	100 Milja Istre	2.000
2.1.3.2.6	Istria Wine Run	5.000
2.1.4	Gourmet	120.822
2.1.4.1	Cluster	98.389
2.1.4.1.1	Dani maslinova ulja - Oleum Olivarum	53.222
2.1.4.1.2	Istria Wine & Walk	14.077
2.1.4.1.3	Šparogada Kaštel	17.300
2.1.4.1.4	Istria Wine & Walk - Sweet	13.790
2.1.4.2	TZG Buje	22.433
2.1.4.2.1	Luganigada Marušići	1.872
2.1.4.2.2	U carstvu muškata	8.066
2.1.4.2.3	Martinje Momjan	8.621
2.1.4.2.4	Films&vine	0
2.1.4.2.5	Vino i gitare	3.875
2.1.5	Ekološke	24.625
2.1.5.1	TZG Buje	24.625
2.1.5.1.1	Uređenje turističkih mjesta	24.625
2.1.6	Ostalo	8.566
2.1.6.1	TZG Buje - pješačkih staza	8.566
2.1.6.2	TZG Buje - signalizacija pješačkih staza	0
2.2	POTPORA RAZVOJU DMO	23.137
2.2.1	Turističke agencije i vodiči - prezentacije ponude	23.137
2.3	POTPORA RAZVOJU DMK	0
2.3.1	Seminari u suradnji s HTZ-om i TZIŽ	0

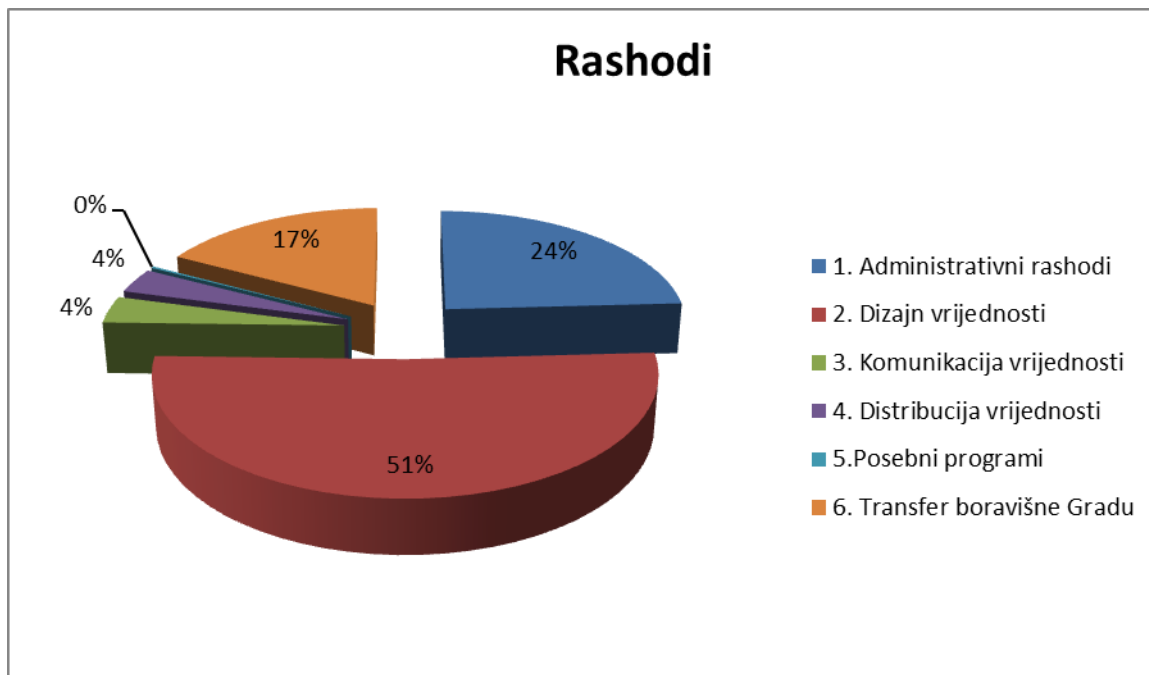
2.4	RAZVOJ PROIZVODA	105.254
2.4.1	Cluster	105.254
2.4.1.1	Razvoj proizvoda	502
2.4.1.2	Sport ostalo	6.634
2.4.1.3	Wellness	3.049
2.4.1.4	Tenis	3.536
2.4.1.5	Bike	70.685
2.4.1.5.1	bike proizvod	12.415
2.4.1.5.2	bike signalizacija	3.025
2.4.1.5.3	održavanje staza	7.565
2.4.1.5.4	održavanja Parenzane	47.680
2.4.1.6	Nogomet	565
2.4.1.7	Gourmet	20.284
2.4.2	TZG Buje	0
2.4.2.1	Izvorni suvenir	0
2.4.2.2	Valorizacija Muškata Momjanskog	0
2.4.2.3	Valorizacija Bujske mistele	0
3.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	53.786
3.1	ONLINE KOMUNIKACIJA	22.847
3.1.1	Internet oglašavanja	22.847
3.1.1.1	Istra D.M.C.	21.485
3.1.1.2	TZG Buje	1.363
3.2	OFFLINE KOMUNIKACIJA	21.439
3.2.1	PR AKTIVNOSTI	0
3.2.2	BROŠURE I TISKANI MATERIJAL	5.408
3.2.2.1	Cluster	5.408
3.2.2.1.1	Image katalog	0
3.2.2.1.2	Gourmet vodiči	0
3.2.2.1.3	Bike mape	875
3.2.2.1.4	Mape i vrećice	0
3.2.2.1.5	Kalendar događanja	2.306
3.2.2.1.6	Pješačke i jogging mape	2.227
3.2.2.2	TZG Buje	0
3.2.2.2.1	Plan grada i ostalo /vizitke, razglednice.../	0
3.2.3	INFO TABLE	16.031
3.2.3.1	Turistička signalizacija	16.031
3.3	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	0
3.4	OGLAŠAVANJE	9.500
3.4.1	TZG Buje	9.500
4.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	49.678
4.1	SAJMOVI	0
4.2	STUDIJSKA PUTOVANJA	2.260
4.3	PREZENTACIJE	47.418
5.	INTERNI MARKETING	0
5.1	EDUKACIJA	0
5.2	KOORDINACIJA ČLANOVA TZ-a	0
5.3	NAGRADE I PRIZNANJA	0
6.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	0

6.1	PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	0
6.2	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	0
6.3	FORMIRANJE BAZE PODATAKA	0
6.4	SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA	0
6.5	BAZA FOTOGRAFIJA I FILMOVA	0
7.	POSEBNI PROGRAMI	3.588
8.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	247.783
	UKUPNO RASHODI	1.444.348

Slika 3. Struktura prihoda Turističke zajednice Grada Buja za 2019. godine



Slika 4. Struktura rashoda Turističke zajednice Grada Buja za 2019. godinu



10. Zaključak

Poslovanje Turističke zajednice Grada Buja, u 2019. 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 2019. 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 2019. godinu.

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

Buje, veljača 2020.

Predsjednik Skupštine
Fabrizio Vižintin