

TURISTIČKA ZAJEDNICA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE
TURISTIČKO VIJEĆE

IZVJEŠĆE

**O RADU S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM TURISTIČKE ZAJEDNICE
OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE ZA 2019. GODINU**

Materijal pripremio:

TURISTIČKA ZAJEDNICA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE
TURISTIČKI URED

Osijek, veljača 2020.

IZVJEŠĆE

UVOD

Stanje u turizmu Osječko-baranjske županije

Tablica 1. prikazuje podatke o ukupnom broju noćenja u razdoblju od 2016. do 2019. godine, od kada je uveden sustav evisitor. Podaci su do 2015. godine prikupljeni putem knjige gostiju u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama. Iz predočenih podataka vidljivo je povećanje porasta broja noćenja. Godine 2017. iznosio je 5.50%, 2018. 7.50% dok je 2019. ostvaren porast od 15.74% u odnosu na 2018. godinu.

Tablica 1 – Noćenja u Osječko-baranjskoj županiji u razdoblju 2016. – 2019.

Godina	Noćenja-ukupno
2016.	178.826
2017.	188.562
2018.	202.287
2019.	234.121

Izvor: Evisitor

U tablici 2. prikazana je struktura noćenja po lokalnim turističkim zajednicama tj. po mjestima ostvarenja noćenja.

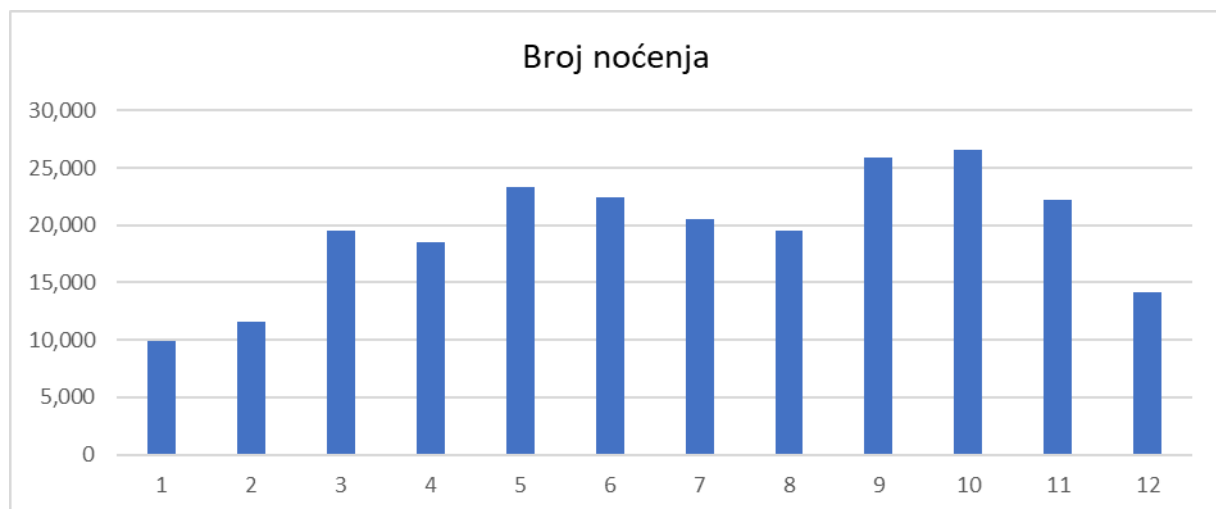
Tablica 2 – Noćenja u Osječko-baranjskoj po lokalnim turističkim zajednicama u 2019. godini

Turistička zajednica grada/općine/mjesta	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	%	Broj turista domaći	Broj turista strani	Broj turista ukupno
TZ - Osijek	75,958	56,789	132,747	56.70	41,872	24,587	66,459
TZ - Đakovo	11,648	9,095	20,743	8.86	5,849	4,020	9,869
TZ - Bilje	13,518	6,333	19,851	8.48	6,083	3,015	9,098
TZ - Baranja	10,535	7,483	18,018	7.70	5,645	4,697	10,342
TZ - Našice	8,310	4,009	12,319	5.26	3,823	2,037	5,860
TZ - Bizovac	6,426	5,305	11,731	5.01	911	274	1,185
TZ - Valpovo	4,388	1,911	6,299	2.69	1,870	676	2,546
TZ OBŽ	3,712	2,279	5,991	2.56	2,311	1,020	3,331
TZ - Donji Miholjac	1,364	702	2,066	0.88	776	432	1,208
TZ - Erdut	746	1,122	1,868	0.80	377	306	683
TZ - Draž	839	896	1,735	0.74	411	235	646
TZ - Belišće	384	322	706	0.30	140	68	208
(nepoznato)	31	16	47	0.02	7	8	15
	58.88	41.12					
Ukupno:	137,859	96,262	234,121		70,075	41,375	111,450

Vodeća mikrodestinacija je grad Osijek, što je i logično jer je riječ o regionalnom središtu s najvećom razinom turističke, kulturne i društvene infrastrukture. Porast bilježi i ukupna destinacija Baranja kojom upravljaju tri turističke zajednice, jedna područna te dvije lokalne. Na Osijek i Baranju odnosi se gotovo tri četvrtine noćenja Osječko-baranjske županije. Nakon Osijeka dolazi Đakovo kao drugi najveći grad na razini županije. Također zamjetan je rast ostalih destinacija u skladu s postojećim kapacitetima za primanje gostiju.

U ukupnoj strukturi više od polovine noćenja, točno 56,70% ostvaruje se u Osijeku, u cijeloj destinaciji Baranja se ostvaruje 17,34%, zatim slijedi Đakovo s 8,86%, Našice s 5,26% i Bizovac s 5,01%. Zamjetan je veliki porast Bizovca u odnosu na 2018. godinu (147,54%) uslijed većih ulaganja Bizovačkih toplica d.d. u zdravstvenom turizmu. Možemo ustvrditi kako većinu područja obilježava rast broja noćenja u odnosu na prethodnu godinu: Draž je porastao 35,65%, ostalo područje OBŽ 25,94%, Našice 20,94%, Erdut 18,83%, Osijek 18,38%, Bilje 14,67% te Đakovo 9,66%. Pad broja noćenja zabilježen je na području Bilišća 28,66%, Valpova 26,08%, Donjeg Miholjca 17,16% te Baranje 6,75%.

U strukturi gostiju po zemljama, domaći gosti čine 58,88%, a od stranih gostiju najzastupljeniji su njemački gosti s 5,66%, a slijede Srbija s 2,93%, Bosna i Hercegovina 2,89% Slovenija s 2,22%, ostale afričke zemlje 2,12%, Mađarska s 1,99% te ostali. Posebno treba istaknuti rast broja noćenja u odnosu na 2018. godinu ostalih afričkih zemalja 526,86% zbog ostvarenje suradnje Bizovačkih toplica d.d. s pacijentima iz Libije. Veći porast ostvarili su i gosti iz Bosne i Hercegovine (41,04%), Austrije (24,76%) te Srbije (18,53%). Što se tiče domaćih gostiju (porast 16,24%) najviše noćenja je ostvareno iz Grada Zagreba (30,79%), Zagrebačke županije (8,61%), Splitsko-dalmatinske (7,70%), Primorsko-goranske (7,35%) te Istarske županije (4,14%). Posebno je rastao broj noćenja iz Primorsko-goranske (53,04%) te Istarske županije (44,35%). Domaći gosti prosječno se zadrže 1,97, dok strani 2,33 dana.



Najveći broj noćenja ostvari se u listopadu (26.682 noćenja), rujnu (25.921), svibnju (23.285) i lipnju (22.469) odnosno u jesen i proljeće. Ako promatramo ostvarena noćenja po kvartalima jasno se ističe nepostojanje sezonalnosti (I. kvartal 17,5%, II. 27,4%, III. 28,2%, IV. 26,9%). Ako promatramo turiste po dobnim skupinama najveći udio odnosi se na dobnu kategoriju 35-44 godine (22,5%), zatim 25-34 (20,4%) te 45-54 (18,8%). Navedeni kontigent zrelog stanovništva (25-55) ostvari sveukupno 60% noćenja. Valja istaknuti kako je broj turista 55-64 veći od broja 18-24. Promatrajući kroz spol, udio muških turista iznosi čak 67,22% odnosno na žensku populaciju odnosi se samo trećina ostvarenih noćenja.

Na kraju 2019. godine na području Osječko-baranjske županije nalazio se 477 objekt s 2.270 smještajnih objekata i 4.916 kreveta. U odnosu na prošlu godinu broj objekata povećan je za 14,66%, dok broj kreveta za 5,54%. Ako promatramo trend povećanja broja objekata i kreveta u posljednje tri godine vidimo da se on usporava jer usporedba s 2016. godinom otkriva povećanje objekata od čak 73,45% dok je broj kreveta narastao za trećinu što implicira otvaranje smještaja s malim brojem kreveta. Prosječna popunjenost po krevetima iznosila je 22,40%.

Gotovo polovica noćenja ostvari se u hotelima (49,36%), četvrtina u objektima u domaćinstvima (24,18%), petina u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (19,24%), zatim slijede objekti na OPG-u (6,08%), kampovi (8,47%) te nekomercijalni smještaj (0,3%). Najveći porast u

odnosu na 2018. godinu zabilježen je u kategoriji objekti u domaćinstvu (41,7%). Kada analiziramo turistički promet po organizaciji dolaska, velika većina odnosi se na individualna noćenja (87,60%), dok samo manji broj turista dolazi organizirano - agencijski (12,40%). Pozitivna je činjenica da se broj turista koji dolaze preko agencije brže povećava od broja individualnih turista.

Osim noćenja, važno je istaknuti i broj dolazaka jednodnevnih gostiju s kruzera koji su na 167 kruzera u lukama u Batini, Aljmašu i Osijeku ostvarili 23.405 putnika – turista. Povećanje je to prema broju pristajanja u odnosu na 2019. godinu od čak 73%. Broj putnika je veći 75% no određeni dio brodova pristaje na više luka tako da možemo procijeniti realan porast od 50%.

Tablica 3 – Podaci o pristajanju međunarodnih kruzera u Osječko-baranjskoj županiji u 2019.

Luka	Broj pristajanja kruzera	Broj putnika – turista
Batina	49	7122
Aljmaš	86	12650
Osijek	32	3633
UKUPNO	167	23405

Izvor: Lučka uprava Osijek i Turistička zajednica Općine Draž

Aktivnosti Turističke zajednice Osječko-baranjske županije u 2019. godini

U 2019. godini, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije provodila je aktivnosti i zadaće sukladno Planu i programu rada, te sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Od značajnijih aktivnosti ističu se:

- organizacija, suorganizacija i podrška manifestacijama - Turistička zajednica Osječko-baranjske županije organizirala je i poduprla brojne manifestacije koje se održavaju na području Osječko-baranjske županije:

- manifestacije u samostalnoj i/ili partnerskoj organizaciji: Dunav Art Festival Kopačevo, 29.06., Večer vina i umjetnosti, 18.05., FoodBall Fest Osijek 07.-08-06. Večer vina i umjetnosti 13.07., Wine&Bike Tour Erdut, 6.-7. i 21. 09., HeadOnEast i Večer vina i umjetnosti, 3.-5. 10. 2019.
- podrška manifestacijama: Panonski folkorni festival, Olimpijada starih športova Brođanci, Dani slavonske šume Našice, Vinski maraton Zmajevac, Ribarski dani Kopačevo, Wine&Bike Tour, GreenRoom Valpovo i dr.

- promoviranje turističke destinacije na razini županije samostalno i putem udruženog oglašavanja. Kako Turistička zajednica Osječko-baranjske županije nema dostatnu razinu izvornih sredstava za oglašavanje, oglašavanje se vršilo kroz program Udruženog oglašavanja Hrvatske turističke zajednice. Promjenom uvjeta natječaja Hrvatske turističke zajednice za **Program udruženog oglašavanja**, TZ OBŽ postala je jedini nositelj i provoditelj projekta za Model 1. Realizaciju projekta Ured provodi u suradnji s lokalnim i područnim turističkim zajednicama kroz redovitu konzultaciju na temu medija plana te potrebnih preinaka istog za potrebe promocije destinacije i/ili planirane promocije odabranih manifestacija. Uz navedeno Ured aktivno promovirao destinaciju putem **društvenih mreža** kroz Facebook profil Visit Slavonija Baranja i Instagram profil visit.slavonija.baranja. Također realiziran je novi promotivni materijal – **kalendar turističkih manifestacija** na području Osječko-baranjske županije pod sloganom **Doživi Slavoniju i Baranju**. Sva komunikacija provodila se uz isticanje Slavonije i Baranje kao destinacije. Početkom listopada 2019. godine, kao popratni program Dana hrvatskog turizma u Slavoniji, organiziran je hedonističko-turistički festival u osječkoj Tvrdi pod nazivom **HeadOnEast** (HoE). Početak je to realizacije projekta s daleko širom dimenzijom od samog događaja. **HeadOnEast (Croatia) / hedonist@slavonija / hedonist@baranja** ili u prijevodu - **kreni prema istoku**, otkrij hedonizam u Slavoniji i Baranji, nova je brand-platforma za promociju turističke ponude koja se nudi na razini destinacije na kojoj djeluje TZ OBŽ. Slogan je nastao kao odgovor na

potrebu pozicioniranja destinacije na mapi Hrvatske (kao vrijednog turističkog branda) i diferenciranja u odnosu na susjednu Sloveniju i Slovačku. Dani hrvatskog turizma poslužili za testiranje novog slogana i pratećeg vizualnog identiteta destinacije. Povratne izuzetno pozitivne reakcije nakon trodnevnog premijernog održavanja nekoliko događanja u osječkoj Tvrđi pod brendom HeadOnEast pokazale su da je riječ o dobrom smjeru. Riječ „hedonizam“ najtočnije opisuje doživljaj koji Slavonija i Baranja nude – uživanje u životu po mjeri čovjeka, odmor za dušu. Dobra hrana, dobro vino, pitak krajolik smješten uz velike europske rijeke, nadaleko poznato dobro gostoprimstvo, drugim riječima hedonizam za sva čula. Pored slogana, stvoren je izuzetno vrijedan vizualni identitet, mozaik boja, simbola i tema koje karakteriziraju najvažnije elemente prostora Slavonije i Baranje. Atraktivan vizual komunicira svo bogatstvo boja, okusa, mirisa i sadržaja kojeg prostor nudi. Koncept vizuala ostavlja prostor da se bilo koje događanje, mikrodestinaciju ili turistički proizvod predstavi s prepoznatljivom, ali prilagođenom varijantom vizuala. U kolovozu 2019.godine prvi put je primjenjen skupni model oglašavanja više manifestacija unutar jedne vrste proizvoda. Vinski turizam promoviran je kao jedan proizvod putem programa udruženog oglašavanja HTZ-a uz prvo lansiranje slogana HeadOnEast / hedonist@Slavonija / hedonist@Baranja. Širom Hrvatske zajedno su promovirana četiri vinska događanja koja su se održavala u rujnu - Wine&Bike Tour Erdut, Vinski maraton Zmajevac, Festival frankovke u Feričancima i Večer vina i umjetnosti u Osijeku. Ujedno prvi put je organizirana promotivna kampanja na pograničnim tržištima Mađarske i Srbije sa sloganom „Hedonizam bez granica“, pozivajući na posjet, opet kroz igru riječi, potencijalne goste u krugu do 120 kilometara udaljenosti od Osijeka. Efektivno osmišljena kampanja sa sloganima kao što su „Odmori od mora, odmoriti se mora“, „Hedonizam bez granica“ i „Potegni iz mista, postani hedonista“ nastavljena je u studenom 2019. u Zagrebu kroz komuniciranje najvažnijih proizvoda i atrakcija. Billboard „Najbolje ribe su na istoku“ odnosio se na fiš paprikaš, „I sokol ga je volio“ na Božićni bal lipicanaca, „Gdje rastu kulenove seke?“ na promociju kulena, „Gdje je Grga našao čvarak“ Čvarak fest u Karancu, „Rijetke ptice lete na istok“ Kopački rit, „Kuda idu crne svinje“ promocija crne slavonske svinje. Početak brand kampanje naišao je na izuzetno pozitivan odjek u javnosti, gdje se i ističu i pojedini stručni komentari: „najbolji turistički projekt brendiranja kakav već dugi niz godina nije viđen u Hrvatskoj“ (Paul Brandbury, Total Croatia News). Brand platforma HeadOnEast Croatia / hedonist@Slavonija / hedonist@Baranja u 2020. godini treba dobiti svoju potpunu strukturu kroz izradu komunikacijske strategije i standarda kvalitete. HeadOnEast brand platforma biti će okosnica cjelokupne turističke komunikacije Osječko-baranjske županije.

- organizacija studijskih putovanja domaćih i stranih novinara i turoperatora što Turistički ured u suradnji s Glavnim uredom i lokalnim turističkim zajednicama provodi tijekom cijele godine s posebnim naglaskom na proljeće i jesen. Prihvaćene su brojne grupe novinara i turoperatora u suradnji s Glavnim uredom, sustavom općinskih, gradskih i područnih TZ te drugih partnera i to:
 - Izrael: touroperator zdravstveni turizam, 07.-09.04.2019.
 - Njemačka: novinari i tourooperatori, 17.-19.05.2019.
 - Dunavski centar za kompetencije, međunarodna grupa touroperatora Austrija, Njemačka, Nizozemska: Europska kulturna ruta Rimskih careva i Dunavska vinska ruta, obilazak Mađarske, Hrvatske i Srbije, 16.-20.05.2019
 - Španjolska: novinari, 09.-10.06.2019.
 - Skandinavija: novinari, 30-01.09.2019.
 - Austrija: novinarka, 9.-14.09.2019.
 - Francuska: novinarka, 19.-20.09.2019.
 - Ukrajina: novinari, 13.16.09.2019.
 - Finska: novinari, 24.-29.09.2019.
 - Danska: novinari, 26.-28.09.2019.
 - Švedska: novinar 30.09-3.10.2019.
 - Ujedinjeno Kraljevstvo i Finska: agenti riječnog krizinga, 14.-18.10.2019.
 - Danska: novinari, 17.-20.10.2019.
- osim financijske podrške manifestacijama na lokalnoj razini, TZ OBŽ je pružila podršku više konferencija i stručnih skupova kroz osiguranje promotivnih materijala destinacije i suvenira;

- nastupi na **sajmovima i posebnim prezentacijama** u zemlji i inozemstvu u suradnji sa županijskim turističkim zajednicama s područja Slavonije, Osječko-baranjskom županijom i lokalnim turističkim zajednicama. Posebno je značajno istaknuti predstavljanje ponude Osječko-baranjske županije u okviru prezentacije Klastera Slavonija u suorganizaciji Turističke zajednice Osječko-baranjske županije u Ljubljani 12.03., Pečuhu 19.06., Beču 11.09. i Zagrebu 12.12. Sudjelovali smo i suorganizirali nastup na sajmovima Caravana Leeuwarden (Nizozemska), Natour Alpe Adria Ljubljana (Slovenija), Destinationshow London (Velika Britanija), Munchen f.r.e.e (Njemačka), Utrecht (Nizozemska), ITB Berlin (Njemačka) te TTG Rimini (Italija). Uz samostalno predstavljanje u Munchenu i Berlinu na Doanu salonu, predstavila se destinacija Srednjeg Dunava i Hrvatskog Podunavlja na sajmu ITB u Berlinu, Sajmu turizma u Beogradu te samostalno predstavljanje u Zagrebu sve u okviru Interreg CBC Croatia-Serbia 2014-2020 projekta Central Danube Tour. U Hrvatskoj se također županija predstavila u Supetru na otoku Braču te na sajmu Agroturizma Šibensko-kninske županije.
- upravljanje **javnom turističkom infrastrukturom** danom na upravljanje od strane Osječko-baranjske županije i Grada Osijeka. Sporazumom s Osječko-baranjskom županijom, Turistički ured osigurao je sredstva za rad informatora u vinotekama u Osijeku, Drenju, Zmajevcu, Dalju i Feričancima. Riječ o javnoj turističkoj infrastrukturi realiziranoj kroz EU projekt **Wine Tour** (IPA IIC Regionalna konkurentnost), u kojem je TZ OBŽ sudjelovao kao projektni partner. Nadalje Turistički ured pratio je daljnje ulaganje u održivost EU projekta Wine tour kroz prijavu i odobrenje projekta uređenja Regionalne vinoteke u Osijeku od strane Grada Osijeka (Ministarstvo turizma; javna turistička infrastruktura)
- suradnja na razini Klastera Slavonija u pripremi prijava za 2020. godinu za zajedničke nastupe na domaćim i inozemnim sajmovima te suradnja na pripremnim aktivnostima za projekt zajedničkog brandiranja Slavonije kao turističke destinacije; realizacija projekta zajedničke brošure Slavonije u suradnji s ostalim članicama Klastera Slavonija
- koordinacija sustava turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije vezana za opće aktivnosti suradnje, te zaštićena područja i turističko vođenje;
- suradnja s JU Županijska razvojna agencija Osječko-baranjske županije u provedbi EU Interreg projekata Central Danube Tour, Camarg i Amazon of Europe (u AoE TZ OBŽ je pridruženi partner na projektu);
- Ured je organizirao i edukativnu radionicu na temu Riječnog cruisinga u svibnju 2019. godine s ciljem generiranja novih programa ponude za brodare i tour operatore sektora. Održana je i radionica u suradnji s Dunavskim centrom za kompetencije na temu razvojna turističke ponude unutar "Rute rimskih imperatora" i "Dunavske vinske rute".
- Pružanje stručnu i svaku drugu pomoć turističkim zajednicama s područja županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj, te poticao i pomagao razvoju turizma na područjima koja nisu turistički razvijena. Turistički ured bio je u svakodnevnom je kontaktu s lokalnim turističkim zajednicama u cilju što bolje pripreme i provedbe projekata, prvenstveno vezanih uz programe Hrvatske turističke zajednice:
 - **Udruženo oglašavanje** (realizacija 2019.);
 - Turističke zajednice na **turistički nerazvijenim područjima** (zamprimanje prijava, obrada, ocjenjivanje, realizacija 2019.);
 - Turističke zajednice na turistički nerazvijenim područjima: **prijava vlastitih projekata** – Imidž brošura, nova internet stranica www.visitslavonijabaranja.hr / .com (realizacija 2019.).
- razvijanje ukupne turističke ponude županije i kreirao nove proizvode te **programe ponude** turističke regije, a poglavito u selektivnim oblicima turizma (vinski, kulturni, aktivni, cikloturistički, zdravstveni turizam i dr.). Ured je radio na **prikupljanju podataka** za novu internet stranicu i novu imidž brošuru Osječko-baranjske županije koja će se temeljiti na HeadOnEast platformi.
- sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou županije u svezi s politikom planiranja razvoja turizma na nacionalnom nivou. Tijekom izvještajnog razdoblja Ured se u suradnji s Osječko-baranjskom županijom aktivno bavio s analizom i preporukama za poboljšanje prijedloga

novih zakona - Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakona o turističkoj pristojbi i Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. Zakoni su usvojeni u svibnju 2019. godine.

- Ured je pripremio prijave na natječaj **EU Interreg Mađarska-Hrvatska 2014 - 2020** za projekte:
 - **Minorities as bridges between communities**; nositelj Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, partneri Hrvatska samouprava (Pečuh), Demokratska zajednica Mađara Hrvatske i Zsolnay kulturna četvrt; ukupna vrijednost prijavljenog projekta 199.202,26 € / cilj projekta: jačanje komunikacijskih veza i povećanje protoka informacija o turističkim događanjima i ponudi u prekograničnom području kroz osnivanje neformalnih mreža suradnje među akterima javnog i civilnog društva s obje strane granice gdje manjine služe kao podrška u procesu povezivanja i promocije turističke ponude s dvije strane granice.
 - **Wine tour across borders – unique wine tourism destination**; nositelj Agencija za poljoprivredu i hranu, partneri Turistička zajednica Osječko-baranjske županije i Tenkes Non profit ltd; ukupna vrijednost prijavljenog projekta 399.969,12 € / cilj projekta: jačanje razvoja turizma kroz promociju jedinstvene prekogranične vinske destinacije, povezivanjem nekih od najvažnijih vinskih regija u Mađarskoj i kontinentalnoj Hrvatskoj - Siklós-Villány i hrvatskom Podunavlju.
- prikupljanje i tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu. Turistički ured kroz novi **sustav e-visitor** obavlja nadzor nad cijelim sustavom TZ s posebnim osvrtom na 25 općina koje nemaju lokalni TZ.
- Obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom. Iako je to primarno zadaća lokalnih turističkih zajednica i turističkih informativnih centara, za sve zainteresirane tj. one koji se jave pismeno ili usmeno u Turistički ured, isti daje sve informacije o turističkoj ponudi na području Osječko-baranjske županije.
- Izrada izvješća. Turistički ured izrađuje sva potrebna izvješća za Tijela Zajednice, ali i za Osječko-baranjsku županiju, Hrvatsku turističku zajednicu, Ministarstvo turizma, te ostale za koje je to zakonom propisano ili institucije koje se jave u Turistički ured.
- Objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata različitih dionika u sektoru turizma i razvoja, uključujući turističke zajednice općina i gradova, turističke zajednice područja te sektorskih udruga i organizacija od značaja za županiju. Ured se posebno bavio informiranjem ključnih turističkih dionika, poduzetnika i organizacijama o pripremi i provedbi većih infrastrukturnih projekata financiranih kroz programe EU, ITU mehanizam i Projekt Slavonija, Baranja i Srijem. Ujedno pružao je stručne i savjetodavne usluge u pripremi i provedbi različitih razvojnih projekata vezanih uz sektor turizma.
- direktorica/zamjena direktorice Turističkog ureda sudjelovala je na sastancima županijskih direktora u Glavnom uredu Hrvatske turističke zajednice; na radnim sastancima s predstavnicima Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice, Svjetske banke i drugih institucija; na sjednicama Savjeta za kontinentalni turizam Osječko-baranjske županije; na sjednicama Županijske Skupštine, kolegijima Župana i drugim županijskim radnim tijelima; na koordinacijama s lokalnim turističkim zajednicama i sa županijskim turističkim zajednicama klastera Slavonija
- Turistički ured sudjelovao je na sastancima s Ministarstvom turizma vezanim uz organizaciju Dana hrvatskog turizma u Slavoniji 2019. godini, predlagao je dodatne programe i aktivno sudjelovao u organizaciji HeadOnEast festivala i drugih popratnih sadržaja kao što je **Baranja Secret Tour** i Kraljevskim stopama u Đakovo

Važno je za istaknuti da su u akciji koju zajednički provode Hrvatska turistička zajednica, Hrvatska gospodarska komora i Ministarstvo turizma, na Danima hrvatskog turizma proglašeni:

- Baranja – za najuspješniju destinaciju ruralnog turizma,
- putnička agencija Zlatna Greda – posebno priznanje za razvoj kontinentalnog turizma
- Hotel Osijek – drugo mjesto u kategoriji „kongresni hoteli“

Financijski plan i program za 2019. g. usvojila je Skupština zajednice u prosincu 2018. g. te izmjene financijskog plana u prosincu 2019. g. Financijskim planom za 2019. g. planirani su prihodi i rashodi u iznosu od 3.400.000,00 kuna.

PRIHODI

Ukupni prihodi ostvareni su s 16,14% veći od Plana, a najznačajniji su prihodi iz županijskog proračuna u iznosu 1.965.933,00 ili 49,79% ukupnih prihoda. Izvorni prihodi od boravišne pristojbe i turističke članarine iznosili su 765.669,93 kuna te čine 19,93% ukupnih prihoda, dok se preostalih 30,28% odnose na prihode od Hrvatske turističke zajednice, EU projekata, ostale prihode te na prijenos prihoda prethodne godine. Izvorni prihodi i prihodi od Hrvatske turističke zajednice povećani su u 2019. u odnosu na 2018. godinu.

RASHODI

I. Administrativni rashodi

Tijekom 2019. godine Turistički ured zaposlio je dvije nove osobe: stručnog suradnika za razvoj proizvoda Mislava Matišića 27. ožujka te stručnog suradnika za promociju Nikolinu Pokorić 4. lipnja 2019. tako da je broj zaposlenih povećan na petero. Direktorica Ivana Jurić u lipnju 2019. odlazi na porodiljni dopust pa je kao zamjena direktorice do povratka s porodiljnog dopusta potvrđen Mislav Matišić.

Turistički ured prikuplja i obrađuje podatke turističkih zajednica nižeg ustroja, te svojih članica i surađuje i provodi akcije i projekte Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice, uključuje se u projekte Ministarstva turizma i ostalih ministarstava prema potrebi, te EU projekte u suradnji s Osječko-baranjskom županijom. Turistički ured svakodnevno surađuje sa stručnim službama Osječko-baranjske županije, ali i s ostalim gradovima i općinama s područja Osječko-baranjske županije.

Na području Osječko-baranjske županije djeluje 11 lokalnih turističkih zajednica i to:

- 6 gradskih:
 - TZ Grada Osijeka,
 - TZ Grada Đakova,
 - TZ Grada Našica,
 - TZ Grada Donjeg Miholjca,
 - TZ Grada Valpova i
 - TZ Grada Belišća.
- 1 područna:
 - TZ područja Baranje (Beli Manastir i općine Popovac, Petlovac, Kneževi Vinogradi, Čeminac, Darda i Jagodnjak).
- 4 općinske:
 - TZ Općine Bilje,
 - TZ Općine Bizovac,
 - TZ Općine Erdut i
 - TZ Općine Draž.

Sve lokalne turističke zajednice, Turistički ured Osječko-baranjske županije obavještava i uključuje u svoje projekte i aktivnosti, te ih obavještava o projektima, natječajima i aktivnostima Osječko-baranjske županije, Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma i drugih ministarstava.

Turistički ured odradio je pripreme i provedbu projekta e-visitor Hrvatske turističke zajednice u koji je uključen sustav turističkih zajednica s ciljem:

- Prikupljanja i obrade podataka o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima na području Republike Hrvatske;
- Vršnja prijava i odjava gostiju od strane pružatelja usluga smještaja putem Interneta;
- Obračuna i kontrole naplate boravišne pristojbe;
- Obrade i analize podataka, te izvještavanja u statističke svrhe i
- Međusobne suradnje tijela javne vlasti u izvršavanju zakonskih zadaća.

Turistički ured priprema materijale za sjednice Tijela Zajednice, te surađuje sa stručnim službama Osječko-baranjske županije u izradi izvješća o stanju turizma u Osječko-baranjskoj županiji.

SVEUKUPNO UTROŠENO: 781.863,44

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

II.1. Potpora događanjima

II.1.1. Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ

II.1.1.1. Top manifestacije

Po prvi puta, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije objavila je Javni poziv za potpore regionalnim i lokalnim događanjima na području Osječko-baranjske županije u 2019. godini. Riječ o Pozivu koji do ove godine bio u nadležnosti Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice. Zbog razine odobrene alokacije sredstava za područje Osječko-baranjske županije u ukupnom iznosu od 123.826,55 kn prema Odluci o raspodjeli sredstava za regionalna i lokalna događanja Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice, Poziv se odnosi isključivo na događaje koji se realiziraju od 4. rujna do 31. prosinca 2019. Temeljem provedenog ocjenjivanja za sufinanciranje su odabrani Baranjski ferivi polumaraton, Belišćanska zlatna jesen, Božićni bal lipicanaca, Čvarak Fest, Najveća hrvatska fišijada, Povratak vitezova na Kolođvar, Ribarski dani, Urban Fest Osijek, Vinski maraton te Wine&Bike Tour.

Ukupno utrošeno: 123.804,55

II.1.1.2. Samostalni projekti

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, organizirala je i tri Večeri vina i umjetnosti i to u:

- Svibnju, srpnju i listopadu;

Večeri vina i umjetnosti u dvorištu Kazamata u Tvrđi imaju svoju publiku, te je sve prihvaćenija i posjećenija, a broj posjetitelja se kreće između 2.000 i 3.000 po manifestaciji. Večer vina i umjetnosti održana u listopadu, u okviru HeadOnEast festivala po prvi puta je trajala dva dana.

Druga polovica troškova odnosila se na Panonski folklorni festival koji je održan u Osijeku od 22.-25. lipnja 2019.

Ukupno utrošeno: 414.552,27

II.1.2. Potpora manifestacijama

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije sufinancirala je organizaciju 1. Etape CRO Race utrke, nasljednice Tour of Croatia, koja je i ove godine kretala iz Osijeka, te je putem Našica nastavila prema Lipiku.

TZ OBŽ je zbog velikog broja posjetitelja u Osijeku u vrijeme održavanja utakmice hrvatske nogometne reprezentacije protiv Walesa zajedno s TZ grada Osijeka organizirala FoodBallFest 7.-8. lipnja 2019. Na glavnom trgu u Tvrđi.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije podupire i brojne druge manifestacije kao što su:

- Baranjski bećarac u Dražu
- Aljmaška ribarska noć
- Žito Challenge
- Tour de Slavonija&Baranja
- Dunav Art Festival
- Wine&Bike Tour Erdut
- Olimpijada starih športova u Brođancima
- Moto susreti u Osijeku
- GreenRoom Festival Valpovo
- Paprika Fest Lug
- Ribarski dani Kopačevo
- Dani slavonske šume Našice
- WineOs Osijek
- ReArt Festival Osijek
- Međunarodni dan Drave Osijek

Ukupno utrošeno:
317.183.72

II.4. Posebni projekti

Trošak se odnosi na organizaciju dodatnog sadržaja u okviru Dana hrvatskog turizma koji se po prvi puta održao na kontinentu – u Slavoniji, od 2. do 5. listopada 2019. Trodnevni HeadOnEast festival u Tvrđi je prikazao najbolje što nude Slavonija i Baranja s naglaskom na bogatu enogastro ponudu Slavonije i Baranje. Sastojao se od gastro dvoboja, Street fooda, Food Bazzara i Red district ulice – gastro kušaonice s naglaskom na delicije crvene boje. Za sve ljubitelje tradicionalnog „tamburaškog“ pogleda na Slavoniju bila su pripremljena dva dvorišta: „Dernek“ i „Pekmez“ u kojima su se mogli pronaći stara slavonska i baranjska jela. Ljubitelji piva na Beer Festu su mogli pronaći sve proizvođače craft piva iz Slavonije. Dio programa bila je i In da Sofa te Večer vina i umjetnosti, dok je najatraktivniji dio bio Festival svjetla. U okviru DHT-a u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, lokalnim turističkim zajednicama i putničkom agencijom Maksi tours organizirani su izleti u Baranju i Đakovo pod nazivom Baranja Secret Tour i Kraljevskim stopama u Đakovo.

Ukupno utrošeno: 611.943,82

II.5. Razvoj proizvoda

II.5.1 Standardi kvalitete

Projekt “Labelling standardizacija i certifikacija u ruralnom turizmu Osječko-baranjske županije” realizirana je uz Program potpore turističkim zajednicama za programe/projekte na turistički nerazvijenim područjima. U okviru projekta analizirano je stanje ponude turističkih objekata i atrakcija u ruralnom prostoru te definirani standardi za certifikaciju.

Ukupno utrošeno: 23.000,00

II.5.2 Tehnička pomoć – usluge dizajna i brendiranja

Manifestacijama Ribarski dani i Paprika fest izrađen je redizajn vizualnog identiteta koji naglašava simboliku same manifestacije. Novi identet je relevantan, moderan i prilagodljiv svim

oblicima promotivne komunikacije. Kalendar manifestacija objedinjuje značajne događaje i manifestacije Osječko-baranjske županije. Kalendarom su obuhvaćeni sajmovi, kulturne, gastronomske, sportske, vinske i druge manifestacije. Izradio se za potrebe online komunikacije te za tisak kalendara u obliku promotivnog letka. Za potrebe promocije FoodBallFest-a izrađen je vizualni identitet manifestacije koji se prilagođavao online i offline promotivnim kampanjama plasiranim u medijima. Identitet je prilagodljiv i budućim sličnim aktivnostima, koji ne moraju nužno biti vezane uz nogomet.

Ukupno utrošeno: 30.925,00

SVEUKUPNO UTROŠENO: 1.521.409,36

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Web stranica Turističke zajednice Osječko-baranjske županije – www.tzosbarzup.hr stalno se dopunjuje dok nova stranica www.visitosijekbaranja.com izlazi početkom 2020. godine. Turistička zajednica aktivna je i na društvenim mrežama (Facebook, Instagram) na kojima, također, objavljuje sve novosti iz turizma u Osječko-baranjskoj županiji. Sukladno suvremenim trendovima, značajno su smanjeni troškovi tiska brošura, te se koriste HTZ-ovo nova brošura Slavonija, kao i županijska brošura Wine tour i Ciklo tour Osječko-baranjske županije, financirana sredstvima EU, za prezentacije u zemlji i inozemstvu. Početkom 2020. izlazi nova imidž brošura Osječko-baranjske županije.

Sukladno odobrenim sredstvima za provedbu udruženog oglašavanja Hrvatske turističke zajednice, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, kao nositelj oglašavanja je promociju na online i offline promotivnim kanalima usmjerila na manifestacije i ciljane turističke proizvode. Oglašavanje se provelo kroz dva modela, prvi model se proveo u koordinaciji i partnerstvu s zainteresiranim Turističkim zajednicama s područja OBŽ (TZG Đakova, TZG Osijeka, TZO Bilje, TZG Belišća i TZ Baranje), dok se drugi model, prema odluci HTZ-a, proveo u suradnji s privatnim sektorom.

III.1. Online komunikacije

III.1.1. Internet oglašavanje

Sredstva predviđena za Internet oglašavanje utrošena su u okviru promocija nišnih oblika turizma kao što je vinski i gastro turizam, ali i online promocije manifestacija.

Ukupno utrošeno: 20.675,00

III.1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama

Sredstva su utrošena na redovno održavanje sadržaja, dodavanje rubrika i ostale aktivnosti na trenutačnom webu, ali i na troškove izrade nove web stranice www.visitslavonijabaranja.com.

Ukupno utrošeno: 19.368,50

III.2. Offline komunikacije

III.2.1. Oglašavanje u kampanjama javnog i privatnog sektora

Sukladno odobrenim sredstvima za provedbu udruženog oglašavanja Hrvatske turističke zajednice, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, provela je model II. u suradnji s privatnim sektorom (B-travel, Hotel Osijek, Sunčane toplice, Uniline).

Ukupno utrošeno: 235.324,67

III.2.2. Opće oglašavanje

Kroz provedu Udruženog oglašavanja - Model 1 obuhvatili smo promociju značajnih manifestacija s područja Osječko-baranjske županije: Svjetski kup u gimnastici, Zemlja bez granica, Baranjski Ferivi polumaraton, Febire, Tarda Fest, Gator Fest, Đakovački vezovi, Advent u Osijeku, Jesen u Baranji, Ribarski dani, Vinski maraton, Wine & Bike Tour Erdut, Večer vina i umjetnosti, HeadOnEast...

Promotivni kanali i mediji koje je obudvalo udruženo oglašavanje - Model 1:

ONLINE

Online oglašavanje provedeno je kroz nacionalnu kampanju na portalima Dnevnik, Tportal, Večernji, Jutarnji, Novi list, Slobodna Dalmacija, te na portalima u Mađarskoj i Srbiji.

SOCIAL

Social oglašavanje provedeno je kroz nacionalnu kampanju i na stranim tržištima: Njemačka, Austrija, BiH, Švedska, Poljska, Australija, SAD, Velika Britanija, Mađarska, Kina, Ukrajina, Slovačka, Slovenija, Srbija, Kanada, Australija i Japan.

OFFLINE (TISAK)

Offline oglašavanje provedeno je kroz lokalno oglašavanje u Glasu Slavonije, nacionalnu kampanju u Jutarnjem listu, Večernjem listu, Gloriji, Slobodnoj Dalmaciji, te u tiskanim medijima u Mađarskoj.

OOH (PLAKATIRANJE)

OOH oglašavanje obuhvatilo je promociju putem Billboarda kroz nacionalnu kampanju, te u Srbiji i Mađarskoj; City lighta u Zagrebu i Oglasnih ploča u HŽPP putničkim vlakovima (Zagreb, Zagrebačka županija, Krapinsko-zagorska županija, Karlovačka županija).

TV/RADIO

Radio oglašavanje provedeno je kroz nacionalnu kampanju na Otvorenom i Narodnom radiju.

Produkcija promotivnih materijala za potrebe provedbe udruženog oglašavanja - Model 1. Odnosi se na trošak tiska i postavljanja billboarda na zakupljenim pozicijama u sklopu udruženog oglašavanja.

Ukupno utrošeno: 792.208,33

III.2.3. Brošure i ostali tiskani materijali

Kako je smanjen tisak brošura, većina sredstava utrošena je za tisak plakata, letaka i ostalog vezano za organizaciju manifestacija direktno organiziranih od Turističke zajednice Osječko-baranjske županije, ali i kao potpora drugim organizatorima manifestacija s područja Osječko-baranjske županije. Ujedno najveći trošak odnosi se na nabavku suvenir vrećica i na dotisak brošura Gastro i ciklo turizam Osječko-baranjske županije.

Ukupno utrošeno: 7.683,75

III.2.5. Info table

Sredstva za redovito održavanje postojećih info table na području Osječko-baranjske županije

Ukupno utrošeno: 1.312,50

SVEUKUPNO UTROŠENO: 1.076.572,75

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije nastupala je na sajmovima i posebnim prezentacijama u zemlji i inozemstvu, najčešće kroz sufinanciranje dijela troškova, a u suradnji s drugim županijskim turističkim zajednicama klastera Slavonija ili u suradnji s Osječko-baranjskom županijom.

Prihvaćen je velik broj stranih i domaćih turoperatora i novinara. Posebne prezentacije u zemlji, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije odrađivala je samostalno ili u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, dok su međunarodne prezentacije odrađivane s turističkim zajednicama klastera Slavonija.

Slavonija se zajedničkom prezentacijom s gospodarstvenicima predstavila i na posebnoj prezentaciji u Ljubljani, Pečuhu, Beču i Zagrebu, sve u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom.

IV.2. Studijska putovanja

Brojni drugi strani i domaći novinari i turoperatora su posredstvom naših predstavništva posjetili Osječko-baranjsku županiju. Prihvaćene su brojne grupe novinara i turoperatora u suradnji s Glavnim uredom, ali i sustavom općinskih, gradskih i područnih TZ i to:

- Izrael: touroperator zdravstveni turizam, 07.-09.04.2019.
- Njemačka: novinari i touroperatora, 17.-19.05.2019.
- Dunavski centar za kompetencije, međunarodna grupa touroperatora Austrija, Njemačka, Nizozemska: Europska kulturna ruta Rimskih careva i Dunavska vinska ruta, obilazak Mađarske, Hrvatske i Srbije, 16.-20.05.2019
- Španjolska: novinari, 09.-10.06.2019.
- Skandinavija: novinari, 30-01.09.2019.
- Austrija: novinarka, 9.-14.09.2019.
- Francuska: novinarka, 19.-20.09.2019.
- Ukrajina: novinari, 13.16.09.2019.
- Finska: novinari, 24.-29.09.2019.
- Danska: novinari, 26.-28.09.2019.
- Švedska: novinar 30.09-3.10.2019.
- Ujedinjeno Kraljevstvo i Finska: agenti riječnog kruzinga, 14.-18.10.2019.
- Danska: novinari, 17.-20.10.2019.

Ukupno utrošeno: 43.955,84

IV.3. Posebne prezentacije

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije zajedno s Osječko-baranjskom županijom predstavila se kao županija partner na manifestacijama u Republici Hrvatskoj:

- Biser mora, međunarodno natjecanje kuhara, Supetar, Brač
- Sajam agroturizma Šibensko-kninske županije u Skradinu
- Makarsko ljeto

Na manifestacijama se Osječko-baranjska županija i turistička zajednica predstavljaju s enogastronomijom i redovito je veliki interes izlagača za nastupe na ranije navedenim manifestacijama.

Uz nastupe u Hrvatskoj, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije sufinacirala je i posebne prezentacije turističkih zajednica klastera Slavonija odobrene i sufinancirane od Glavnog ureda HTZ-a. Posebne prezentacije održane su u Ljubljani, Pečuhu, Beču i Zagrebu, sve u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije uključivala se u zajedničke nastupe turističkih zajednica klastera Slavonija na sajmovima u inozemstvu – Caravana Leeuwardem, Nizozemska (17.01-22.01), Natour Alpe Adria, Ljubljana, Slovenija (31.01.-02.02.), Destinationshow, London, Velika Britanija (31.01.-03.02.), Munchen f.r.e.e., Njemačka (20.-24.02.), Utrecht, Nizozemska (01.-03.03.), ITB Berlin, Njemačka (06.-10.03.), TTG Rimini, Italija (09.-11.10.).

Ukupno utrošeno: 165.379,63

SVEUKUPNO UTROŠENO: 209.335,47

V. INTERNI MARKETING

V.1. Edukacija

Uz sudjelovanje na edukacijama koje je Hrvatska turistička zajednica provodila u Osijeku, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije organizirala je edukaciju na temu Riječnog krizinga, s ciljem generiranja novih programa ponude za brodare i tour operatore sektora. Održana je i radionica u suradnji s Dunavskim centrom za kompetencije na temu razvojna turističke ponude unutar "Rute rimskih imperatora" i "Dunavske vinske rute".

Ukupno utrošeno: 8.142,44

V.2. i V.3. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica i nagrade i priznanja

Turistička zajednica provodi redovite koordinacije s lokalnim turističkim zajednicama, a uz redovite koordinacije odrađuju se i redoviti sastanci po pitanju različitih aktivnosti kao što su organizacija: manifestacija, edukacija i drugo.

Zajedničke aktivnosti prate i izrade različitih nagrada, priznanja i zahvale na sudjelovanjima na manifestacijama i edukacijama.

Ukupno utrošeno: 4.200,00

SVEUKUPNO UTROŠENO: 12.342,44

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije u suradnji s Osječko-baranjskom županijom izradila je analizu austrijskog i njemačkog tržišta u razdoblju 15.06. do 30.06. 2019 god.

SVEUKUPNO UTROŠENO: 19.900,00

VII. POSEBNI PROGRAMI

VII.2. EU projekti

Najznačajnija sredstva utrošena su za EU projekt Wine tour tj. za informatore u vinotekama u Osijeku, Feričancima, Zmajevcu i Drenju.

Osim za rad informatora, sredstva su uložena u promociju projekta Wine tour na posebnim prezentacijama u Hrvatskoj, te za aktivnosti i manifestacije koje su organizirane uz vinoteke i gdje su se u vinotekama održavale određene aktivnosti.

Ukupno utrošeno: 144.118,52
SVEUKUPNO UTROŠENO: 144.118,52

IX. AMORTIZACIJA

Amortizacija se odnosi na info table tj. smeđu signalizaciju.

SVEUKUPNO: 25.929,83

FINANCIJSKO IZVJEŠĆE TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019	IZVRŠENJE I-XII/2019	PLAN 2019 / IZVR. 2019	STRUK TURA
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	180,000.00	225,213.58	125.12	5.70
2.	Prihodi od turističke članarine	500,000.00	540,456.35	108.09	13.69
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/ŽUPANIJE/državnog	1,600,000.00	1,965,933.00	122.87	49.79
3.1.	za programske aktivnosti	1,400,000.00	1,965,933.00	140.42	49.79
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	200,000.00	/	0.00	0.00
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	180,000.00	/	0.00	0.00
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	50,000.00	9,429.63	18.86	0.24
6.	EU projekti, HTZ i dr	870,000.00	1,206,174.38	138.64	30.55
7.	Ostali nespomenuti prihodi	20,000.00	1,610.93	8.05	0.04
	SVEUKUPNO PRIHODI	3.400.000,00	3,948,817.87	116.14	100.00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019	IZVRŠENJE I-XII/2019	PLAN 2019 / IZVR. 2019	STRUK TURA
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	720,000.00	781,863.44	108.59	100.00
1.	Rashodi za radnike	605,000.00	627,004.21	103.64	16.18
2.	Rashodi ureda	105,000.00	152,035.23	144.80	3.92
2.1.	Materijalni izdaci	13,000.00	1,637.55	12.60	0.04
2.2.	Nematerijalni izdaci	90,000.00	143,803.16	159.78	3.71
2.3.	ostali izdaci	2,000.00	6,594.52	329.73	0.17
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	10,000.00	2,824.00	28.24	0.07
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	933,000.00	1,521,409.36	163.07	100.00
1.	Potpورا događanjima	685,000.00	855,540.54	124.90	22.07
1.1.	Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ	505,000.00	538,356.82	106.61	13.89
1.1.1.	Top manifestacije	125,000.00	123,804.55	99.04	3.19
1.1.2.	Samostalni projekti	400,000.00	363,637.67	90.91	14.08
1.1.2.1.	Večer vina i umjetnosti	160,000.00	204,289.52	127.68	5.27
1.1.2.2.	Panonski folklorni festival	200,000.00	210,262.75	105.13	5.42
1.1.2.3.	Gourmet Slavonija, Baranja i Srijem	20,000.00	0,00	0,00	0.00
1.2.	Potpورا manifestacijama	180,000.00	317,183.72	176.21	8.18
1.2.1.	Tour of Croatia, Osijek	90,000.00	90,000.00	100.00	8.36
1.2.2.	Ostale manifestacije	90,000.00	227,183.72	252.43	21.10
2.	Potpورا razvoju DMO-a	15,000.00	0.00	0.00	0.00

3.	Potporna razvoju DMK-a	15,000.00	0.00	0.00	0.00
4.	Posebni projekti	112,000.00	611,943.82	546.38	56.84
4.1.	Dani hrvatskog turizma - Slavonija	80,000.00	611,221.02	764.03	56.77
4.2.	Brand Slavonija	24,000.00	0.00	0.00	0.00
4.3.	Prekogranična umrežavanja/proizvodi	8,000.00	722.80	9.04	0.07
5.	Razvoj proizvoda	106,000.00	53,925.00	50.87	5.01
5.1.	Standardi kvalitete	38,000.00	23,000.00	60.53	2.14
5.2.	Tehnička pomoć - usluge dizajna i brandinga	68,000.00	30,925.00	45.48	2.87
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1,210,000.00	1,076,572.75	88.97	100.00
1.	Online komunikacije	135,000.00	40,043.50	29.66	3.72
1.1.	Internet oglašavanje	50,000.00	20,675.00	41.35	1.92
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	85,000.00	19,368.50	22.79	1.80
1.2.1.	Izrada nove internet stranice	65,000.00	11,668.50	17.95	1.08
1.2.2.	Održavanje stranice	20,000.00	7,700.00	38.50	0.72
2.	Offline komunikacije	1,075,000.00	1,036,529.25	96.42	96.28
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	850,000.00	235,324.67	27.69	21.86
2.1.1.	model II - TZŽ + HTZ	850,000.00	235,324.67	27.69	21.86
2.2.	Opće oglašavanje	105,000.00	792,208.33	754.48	73.59
2.2.1.	Oglašavanje u tisku	50,000.00	26,284.79	52.57	2.44
2.2.1.1.	model I - TZŽ + HTZ		705,622.29		
2.2.2.	TV oglašavanje	15,000.00	12,500.00	83.33	1.16
2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	40,000.00	47,801.25	119.50	4.44
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	70,000.00	7,683.75	10.98	0.71
2.3.1.	Brošura - Ponuda OBŽ	50,000.00	0.00	0.00	0.00
2.3.2.	Ostale tematske brošure - suveniri, smještaj i sl.	20,000.00	7,683.75	38.42	0.71
2.3.3.	Plakati, pozivnice i dr.	0.00	0.00	0.00	0.00
2.4.	Suveniri i promo materijali	0.00	0.00	0.00	0.00
2.5.	Info table	50,000.00	1,312.50	2.63	0.12
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	215,000.00	209,335.47	97.37	100.00
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	25,000.00	0.00	0.00	0.00
2.	Studijska putovanja	70,000.00	43,955.84	62.79	21.00
2.1.	u suradnji s HTZ	40,000.00	31,754.00	79.39	15.17
2.1.1.	turistički agenti	20,000.00	3,579.00	17.90	1.71
2.1.2.	novinari	20,000.00	28,175.00	140.88	13.46
2.2.	samostalno TZ OBŽ s lokalnim TZ	30,000.00	12,201.84	40.67	61.32
2.2.1.	turistički agenti	10,000.00	1,230.00	12.30	0.59
2.2.2.	novinari	20,000.00	10,971.84	54.86	5.24
3.	Posebne prezentacije	120,000.00	165,379.63	137.82	79.00
3.1.	TZŽ samostalno	100,000.00	77,199.33	77.20	36.88
3.2.	klaster Slavonija	20,000.00	88,180.30	440.90	42.12
V.	INTERNI MARKETING	35,000.00	12,342.44	35.26	100.00
1.	Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	15,000.00	8,142.44	54.28	65.97
2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije	10,000.00	4,200.00	42.00	34.03
3.	Nagrade i priznanja	10,000.00	0.00	0.00	0.00
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	83,000.00	19,900.00	23.98	100.00
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	20,000.00	0.00	0.00	0.00
2.	Istraživanje tržišta	20,000.00	19,900.00	99.50	100.00
3.	Formiranje baze podataka	15,000.00	0.00	0.00	0.00

4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	6,000.00	0.00	0.00	0.00
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	20,000.00	0.00	0.00	0.00
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	2,000.00	0.00		0.00
VII.	POSEBNI PROGRAMI	186,000.00	144,188.52	77.52	100.00
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	30,000.00	0.00	0.00	0.00
2.	EU projekti		144,188.52	0.00	100.00
2.1.	Wine Tour	150,000.00	142,306.17	94.87	98.69
2.2.	Ostali EU projekti	6,000.00	1,882.35	31.37	1.31
3.	Regionalni projekti uspostavljanja međunarodnih zračnih linija	0.00	0.00	0.00	0.00
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	18,000.00		0.00	100.00
IX.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)	0		0.00	0.00
	UKUPNO RASHODI	3,400,000.00	3,765,611.98	110.75	100.00
	Povrat sredstava OBŽ iz 2018-ostali nesp.fin.rashodi	0.00	84,725.00	0.00	0.00
	Amortizacija		25,929.83	0.00	0.00
	SVEUKUPNO RASHODI	3,400,000.00	3,876,266.81	114.01	100.00

Pripremio: Mislav Matišić, zamjena direktorice TZOBŽ