

TURISTIČKA ZAJEDNICA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE  
TURISTIČKO VIJEĆE

**IZVJEŠĆE**

**O RADU S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM TURISTIČKE ZAJEDNICE  
OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE ZA 2020. GODINU**

Materijal pripremila:

TURISTIČKA ZAJEDNICA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE

Osijek, ožujak 2021.

## IZVJEŠĆE

### UVOD

#### Stanje u turizmu Osječko-baranjske županije

Tablica 1. prikazuje podatke o ukupnom broju noćenja u razdoblju od 2016. do 2020. godine, od kada je uveden sustav evisitor. Podaci su do 2015. godine prikupljeni putem knjige gostiju u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama. Iz predloženih podataka vidljiv je konstantan rast noćenja do 2020. godine. Godine 2017. iznosio je 5.50%, 2018. 7.50% dok je 2019. ostvaren porast od 15.74% u odnosu na 2018. godinu. U 2020. godini točnije od sredine veljače zbog pandemije uzrokovane virusom Covid-19 dolazi do drastičnog pada noćenja na svim razinama što je rezultiralo prepolovljenim brojem noćenja u odnosu na prethodnu godinu.

Tablica 1 – Noćenja u Osječko-baranjskoj županiji u razdoblju 2016. – 2020.

Godina	Noćenja-ukupno
2016.	178.826
2017.	188.562
2018.	202.287
2019.	234.121
2020.	119.298

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 2020. godini

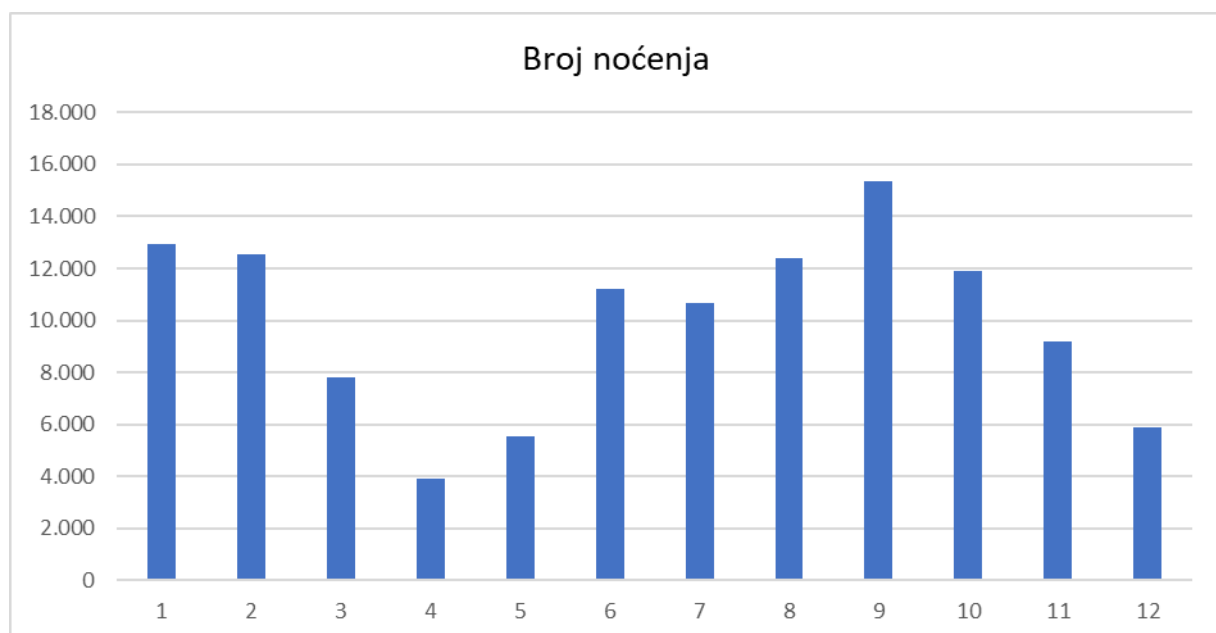
Turistička zajednica grada/općine/mjesta	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	%	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno
TZ - Osijek	41.685	20.220	61.905	51,89	21.695	6.397	28.092
TZ - Bizovac	3.726	5.616	9.342	7,83	541	115	656
TZ - Bilje	7.401	1.939	9.340	7,83	3.121	486	3.607
TZ - Đakovo	5.769	2.898	8.667	7,27	3.015	1.025	4.040
TZ - Baranja	5.848	2.349	8.197	6,87	3.106	780	3.886
TZ - Našice	4.660	2.373	7.033	5,90	1.954	659	2.613
TZ - Valpovo	2.623	2.252	4.875	4,09	985	418	1.403
TZ OBŽ	2.962	1.213	4.175	3,50	1.406	452	1.858
TZ - Donji Miholjac	764	758	1.522	1,28	410	202	612
TZ - Draž	808	565	1.373	1,15	319	95	414
TZ - Erdut	797	285	1.082	0,91	429	59	488
TZ - Belišće	793	224	1.017	0,85	143	26	208
(nepoznato)	750	20	770	0,65	5	6	11
	65.87	34.13					
<b>Ukupno:</b>	<b>78.586</b>	<b>40.712</b>	<b>119.298</b>		<b>37.129</b>	<b>10.720</b>	<b>47.849</b>

Vodeća mikrodestinacija je grad Osijek, što je i logično jer je riječ o regionalnom središtu s najvećom razinom turističke, kulturne i društvene infrastrukture. Na Osijek se i dalje odnosi više od polovine ukupnog broja noćenja, s time da je pad u odnosu na 2019. bio veći od 50%. Podjednak pad broja noćenja ima i ukupna destinacija Baranje kojom upravljaju tri turističke zajednice, jedna područna te dvije lokalne. Izuzev Baranje kao jedinstvene destinacije, na drugom mjestu se nalazi

Bizovac zbog rehabilitacije vojnika iz Libije na čiji dolazak i velik broj noćenja nije utjecala pandemija korona virusa. To je rezultiralo pomicanjem Bizovca na drugom mjesto, odnosno dobrim rezultatima u odnosu na prošlu godinu (pad od samo 20%). Zatim slijedi Đakovo gdje je zabilježen i najveći pad uslijed korona krize od gotovo 60% te Našice. U pravilu možemo zaključiti kako su sve jače mikro destinacije ostvarile veći pad broja noćenja (oko 50%) u odnosu na manje destinacije koje su pale 20%. Jedini porast broja noćenja u odnosu na prošlu godinu zabilježen je na području TZ-a s najmanjim brojem noćenja – TZ grada Belišća 44,05%.

U ukupnoj strukturi više od polovine noćenja, točno 51,89% ostvaruje se u Osijeku, u cijeloj destinaciji Baranja se ostvaruje 15,85%, zatim slijedi Bizovac sa 7,83%, Đakovo sa 7,27%, Našice s 5,90% i Valpovo s 4,09%. Na ostalo područje Osječko-baranjske županije odnosi se 3,50% noćenja, dok su ispod 2% Donji Miholjac, Erdut i Belišće.

U strukturi gostiju po zemljama, udio domaćih gostiju se povećao na 65,87%, a od stranih gostiju najzastupljeniji su već spomenuti libijski gosti s 4,46%, a slijede Njemačka s 4,34%, Srbija s 3,07%, Bosna i Hercegovina s 3,06%, Mađarska s 1,66% Slovenija s 1,44%, Italija 1,40%, Austrija 1,30% te ostali. Osim libijskih turista (pacijenata Bizovačkih toplica) čiji je broj porastao 24,85%, sve ostale nacije koji imaju veći broj ostvarenih noćenja su bile u padu od 50-70%, dok je broj noćenja Amerikanaca uslijed otkazivanja riječnih kruzera pao čak 86%. Što se tiče domaćih gostiju najviše noćenja je ostvareno iz Grada Zagreba (32,40%), Zagrebačke županije (9,79%), Osječko-baranjske županije (8,95%), Splitsko-dalmatinske (7,14%), Primorsko-goranske (5,42%), Vukovarsko-srijemske (4,25%), Varaždinske (3,51%), Istarske županije (4,14%) te Brodsko-Posavske (3,44%). Pad broja noćenja iz županija iz ostalih dijelova Hrvatske u prosjeku je bio između 30 i 50%, dok je jedini porast zabilježen kod gostiju iz matične županije (1,15%).



Zbog pandemije korona virusa zabilježene su i neke anomalije u pitanju mjeseca s najvećim brojem noćenja, pri čemu se nadprosječno ističu zimski i ljetni mjeseci. Najveći broj ostvario se u rujnu (15.361 noćenja), siječnju (12.923), veljači (12.535), kolovozu (12.390), listopadu (11.882) te lipnju (11.200), dok su tradicionalno dobri travanj i svibanj znatno opali zbog zabrane ugostiteljskih, turističkih i drugih poslovnih aktivnosti tzv. „lockdowna“. U odnosu na prošlu godinu siječanj i veljača su jedini porasli što odgovara razdoblju prije pandemije (30% za siječanj, 8% za veljaču), dok su svi ostali mjeseci registrirali manje noćenja, s najvećim padom u veljači za vrijeme „lockdowna“, od čak 79%. U prosjeku mjeseci su opali između 40 i 70%, trendovi su pratili tada zadane epidemiološke mjere, posebice „lockdowna“.

Ako promatramo turiste po dobnim skupinama najveći udio odnosi se na dobnu kategoriju 35-44 godine (24,8%), zatim 25-34 (24,4%) te 45-54 (18,1%). Navedeni kontigent zrelog stanovništva (25-55) ostvari više od 2/3 noćenja. Valja istaknuti kako je broj turista 18-24 veći od 55-64 što je također posljedica pandemije korona virusa, ali zasigurno i ciljane komunikacije TZ OBŽ. Promatrajući kroz spol, udio muških turista iznosi čak 73,53% odnosno na žensku populaciju odnosi se samo nešto više od četvrtine ostvarenih noćenja.

Na kraju 2020. godine na području Osječko-baranjske županije nalazilo se 502 objekta s 2.199 smještajnih objekata i 4.844 kreveta. U odnosu na prošlu godinu broj objekata je povećan za 3,29%, dok se broj smještajnih objekata smanjio za 3,81%, a kreveta za 2,57%. Nakon nekoliko godina rasta očigledna je promjena trenda uslijed pandemije korona virusa. Gotovo polovina noćenja ostvari se u hotelima (45,54%), gotovo trećina u objektima u domaćinstvima (29,97%), zatim slijede ostali ugostiteljski objekti za smještaj (16,64%), objekti na OPG-u (5,37%), nekomercijalni smještaj (2,09%) te kampovi (0,35%). Uslijed pandemije korona virusa objekti u domaćinstvu te Nekomercijalni smještaj su povećali udio u ukupnom broju noćenja, dok se udio hotela, kampova i ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj smanjio. Kod apsolutnih iznosa sve kategorije su u padu, od objekata u domaćinstvima (40%) do kampova (čak 80%). Jedina kategorija koja je porasla je Nekomercijalni smještaj i to čak 254,53%. Kada analiziramo turistički promet po organizaciji dolaska, velika većina odnosi se na individualna noćenja (93,69%), dok je samo manji broj turista došao organizirano – agencijski. Broj turista koji su došli agencijski u 2020. u odnosu na 2019. godinu pao je čak za 76,79%.

Osim pada broja noćenja, važno je istaknuti i praktički potpuno izostajanje jednodnevnih gostiju s riječnih kruzera koji je protekle godine ostvario veliki porast od čak 75% u odnosu na prethodnu. Tijekom 2019. 167 kruzera pristalo je u lukama Batina, Aljmaš i Osijek, dok je zbog pandemije korona virusa u 2020. pristalo samo 9 kruzera s 974 putnika, i to jedino u Batini.

### **Aktivnosti Turističke zajednice Osječko-baranjske županije u 2020. godini**

U 2020. 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. Godinu je obilježila pandemija korona virusa, no unatoč mnogim izazovima, velik dio zacrtanog plana i programa je ostvaren. TZ OBŽ je nastavila djelovati tijekom 2020. godine prema Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014.-2020., Master planu turizma Osječko-baranjske županije (ciljevi postavljeni do 2025. g.), Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025., te Strateškom marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. Dva zadnja dokumenta izradio je Institut za turizam za Klaster Slavonija, u okviru projekta koji je financirala Hrvatska turistička zajednica u suradnji s Ministarstvom 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:

- **Dani otvorenih podruma – Vinski mjesec Osječko-baranjske županije, 12. lipnja - 11. srpnja 2020.**

Aktivnost se nalazi u dijelu vezanom uz promociju i marketing destinacije jer je njen osnovni cilj bio pružiti motiv za dolazak i promovirati destinaciju u vrijeme kada u medijima nije bilo promotivnih aktivnosti ove vrste. Ideja o organiziranju „disperzirane manifestacije“ nastala je sredinom svibnja, te je bila motivirana ukupnim stanjem koje je izazvala pandemija korona virusa kada su gotovo sva javna događanja otkazana zbog epidemioloških razloga. Ideja i potom

organizacija bila je usklađena sa mjerama i preporukama Nacionalnog i Županijskog stožera civilne zaštite, pa je tako osmišljena manifestacija prema konceptu četiri vinogorja – četiri vikenda vinskog hedonizma. Dani otvorenih podruma održani po prvi put sustavno prema istom modelu na razini cijele Županije, a dio događanja je otkazan samo za Đakovačko vinogorje zbog izbijanja žarišta korona virusa u gradu Đakovu. Zadnji dio programa bila je Večer vina i umjetnosti, koja je održana 11. srpnja u novom prostoru – dvorištu Stare pekare na Trgu Vatroslava Lisinskog u Tvrđi. Bio je to jedan od prvih turističkih događaja organiziran nakon pojave pandemije korona virusa na razini Hrvatske, koji je organiziran uz poštivanje svih epidemioloških mjera i preporuka Nacionalnog i Županijskog stožera civilne zaštite. Događaj je promoviran putem svih medijskih kanala.

- **Wine & Bike Tour Erdut**, 11. - 12. rujna 2020.

Već tradicionalna manifestacija održana u Erdutskom vinogorju početkom berbi grožđa. Riječ je o vrlo popularnoj manifestaciji koja je s pozicionarala Erdut na „vinsko-turističko-manifestacijskoj karti“ i privukla velik broj posjetitelja u Erdutsko vinogorje. Događaj se sastoji od dramskih predstava, koncerata u vinogradu pod zvijezdama, kušanja vina uz DJ-a, biciklističko – vinske utrke po vinogradima i dana otvorenih podruma Erdutskog vinogorja. Ured ga realizira u suradnji sa Općinom Erdut, TZ Općine Erdut i vinarima. Događaj je organiziran uz poštivanje svih epidemioloških mjera i preporuka Nacionalnog i Županijskog stožera civilne zaštite.

- **HeadOnEast**, 2. - 4. listopada 2020.

Ove godine ponovljen je HeadOnEast festival, organiziran po prvi put prošle godine za vrijeme Dana hrvatskog turizma u Osijeku. Riječ o atraktivnom destinacijskom proizvodu – događaju s jednim od najvećih potencijala rasta na području Osječko-baranjske županije. Ove godine Turistički ured organizirao je događaj od 2. do 4. listopada, na području osječke Tvrđe, u suradnji sa Osječko-baranjskom županijom, Gradom Osijekom, Udrugom Breza, Udrugom Tarda, Kulturnim centrom Osijek, Udrugom Slama, Hrvatskim narodnim kazalištem i JU za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Osječko-baranjske županije i vanjskim partnerima-suradnicima. Dio troškova festivala financiran je iz EU projekata koje provode Udruga Breza i TZ OBŽ. Program se sastojao od sljedećih potprograma: Hvatači snova/Zemlja bez granica, Vino.grad, Beercuz, Street Food, Food Bazaar, In da Sofa, Tarda Festival. Festival je polučio velik uspjeh i po broju posjetitelja, izlagača te medijskih objava o samom događaju. Događaj je organiziran uz poštivanje svih epidemioloških mjera i preporuka Nacionalnog i Županijskog stožera civilne zaštite.

- podrška manifestacijama: River jazz festival Osijek, Gumiranje na Dravi, Febire festival biciklističke rekreacije, Dani frankovke Feričanci, Vinski maraton Zmajevac, Craft Beer Festival Đakovo, Državno prvenstvo u sportskoj gimnastici Osijek

Također je kroz posebne programe HTZ-a, u suradnji s Klasterom Slavonija destinacija u nadležnosti TZ OBŽ bila predstavljena u prvom kvartalu 2020. godine na turističkom sajmu „Destination Show“, koji se održao u Londonu od 30.1. do 2.2. te na sajmiu „F.re.e“ koji se održao u Munchenu od 19. do 23.2. U drugom kvartalu 2020. godine strateški marketinški projekti koje je Hrvatska turistička zajednica provodila u suradnji s regionalnim turističkim zajednicama su zaustavljeni zbog utjecaja koronakrize. To se posebno odnosi na ukupni program Udruženog oglašavanja koji nije niti stupio na snagu tijekom 2020. godine zbog nedonošenja vezanih pravilnika od strane nadležnih institucija te naknadno koronakrize. U trećem kvartalu Hrvatska turistička zajednica ponudila je na on-line sastanku suradnju regionalnim turističkim zajednicama kroz realizaciju manjeg obima programa Udruženog oglašavanja. TZ OBŽ tako je u suradnji s Klasterom Slavonija sudjelovala u navedenom programu kroz prijavu i realizaciju zajedničke on-line kampanje koja je promovirala brand Slavonija. Ukupna odobrena sredstva za aktivnosti Klastera Slavonija (pet županijskih turističkih zajednica) unutar ovog programa tijekom 2020. godine iznosila su 50.000,00 kn.

TZ OBŽ je tijekom 2020. godine u okviru ograničenog područja djelovanja pod utjecajem pandemije COVID-19 ostvarila suradnju s Klasterom Slavonija u projektima vezanim uz promociju ukupne destinacije "regije" Slavonija kroz posebnu kampanju i razvoj "landing" stranice *slavonia.travel* te istoimenih profila na društvenim mrežama. Prva kampanja realizirana je bez potpore HTZ-a, jer istu nije bilo moguće ostvariti u prvoj polovici 2020. godine. Aktivnosti su realizirane u potpunosti u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju kao destinaciju.

Na prekograničnoj razini TZ OBŽ realizirala je pripremne radnje za ugovaranje projekata sufinanciranih kroz Program EU Interreg Mađarska-Hrvatska 2014 – 2020:

- 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. Projekt je počeo s provedbom 1. rujna 2020. U listopadu (20.10.) je održana početna konferencija projekta u Osijeku.
- 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. Projekt je počeo s provedbom 1. srpnja 2020. U rujnu (4. 9.) je održana početna konferencija projekta u Kneževim Vinogradima. U okviru projekta sufinanciran je dio Festivala HeadOnEast – potprogram Vino.grad na kojem su sudjelovali partneri iz Mađarske.

TZ OBŽ također je podupirući partner u provedbi EU Interreg Danube projekata Amazon of Europe i Amazing Amazon of Europe, čiji su ciljevi razvoj i promocija međunarodne ciklo rute koja slijedi rijeke Dravu, Muru i Dunav te zaštićena područja. Tijekom 2020.godine Ured je pružio aktivnu podršku JU ŽRA Osječko-baranjske županije u provedbi projekata na području destinacije.

Također TZ OBŽ je bila partner Hrvatskoj gospodarskoj komori na realizaciji projekta Riba Hrvatske – jedi što vrijedi, sufinanciranog kroz Europski fond za pomorstvo i ribarstvo u iznosu od 400.000,00 kn. Kroz projekt se promovirala konzumacija slatkovodne ribe, lokalna gastronomija te su dva ključna gastro-turistička događaja – „Ribarski dani“ u Kopačevu i „Fišijada“ u Belom Manastiru, opremljena potrebnim šatorima, štandovima, stolovima te opremom za pripremu ribe.

TZ OBŽ je prema potrebi pružala podršku Upravnom odjelu za turizam, kulturu i sport Osječko-baranjske županije u provedbi projekta Studije integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji Osječko-baranjske županije. Ujedno je kroz razvoj brand platforme HeadOnEast Croatia započeo proces standardizacije vizualnih komunikacija na razini pojedinih turističkih proizvoda, mikrodestinacija i događanja. Srednjoročni plan TZ OBŽ je da se kroz brand platformu razvija i „loyalty“ program destinacije kroz isti standard/brand platformu čiji je krajnji cilj uspostava sustava za upravljanje destinacijom. Plan je ujedno razviti, ukoliko se to pokaže tržišno opravdanim, sustav kvalitete pod istim brandom i skraćenim nazivom HQ – HeadOnEast Quality odnosno High Quality u suradnji s Osječko-baranjskom županijom.

U koordinaciji TZ OBŽ sa sustavom lokalnih turističkih zajednica, dogovoren je prijedlog podjele prostora Osječko-baranjske županije na „mikro“ destinacije koje imaju potencijal udruživanja s ciljem jačeg pozicioniranja ukupne destinacije na tržištu. Dogovorena je prijava tri suradnje kroz neformalno

udruživanje na razini Baranje (TZ Baranje, TZ Općine Bilje, TZ Općine Draž), na razini Osijeka i okolice (TZ Grada Osijeka, TZ Općine Erdut, TZ Općine Bilje) i na razini Đakovštine (TZ Grada Đakova, JLS na području Đakovštine). Prijave su dostavljene Ministarstvu turizma u veljači 2020. godine, a Povjerenstvo za udružene turističke zajednice je organizirano u studenom 2020. godine na kojem je dano odobrenje za neformalno udruživanje na području Baranje i Đakovštine.

TZ OBŽ redovito je pratila sustav eSavjetovanje, posebno u dijelu koji se odnosi na donošenje zakonskih akata koji se odnose na turistički sektor. TZ OBŽ je sudjelovala na sastancima koji su se odnosili na županijsku odnosno lokalnu razinu upravljanja resursnom osnovnom koja je vezana uz sektor turizma i općenito razvoj.

TZ OBŽ je redovito komunicirala s dionicima privatnog i javnog sektora županije s jedne strane prema potrebama istih, a s druge kroz sudjelovanje na radionicama i sastancima vezanim uz razvoj sektora i/ili smanjenje negativnih utjecaja korona krize. Posredno je dio te komunikacije realiziran kroz suradnju s lokalnim turističkim zajednicama koju su dalje informirale dionike privatnog sektora o pojedinoj temi. Tijekom 2020. godine najveći naglasak je bio na mjerama i preporukama vezanim uz korona krizu. Također TZ OBŽ je prema potrebi sudjelovala na sastancima Stožera civilne zaštite Osječko-baranjske županije ili je surađivao s istim kroz dostavu pojedinih podataka. TZ OBŽ je također koordinirala realizaciju posebnih projekata i manifestacija s dionicima javnog i privatnog sektora. To se odnosi na posebne promotivne aktivnosti, kampanje i događanja u okviru HeadOnEast brand platforme te EU Interreg projekte Mađarska Hrvatska 2014-2020: Wine Tour Across Borders i Minorities as Bridges between Communities. Također TZ OBŽ je pružala stručnu pomoć turističkim zajednicama s područja županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj, s posebnim naglasnom na mjere i preporuke vezane uz korona krizu. Ured je pružao stručnu pomoć dionicima na terenu u razvoju projekata koji su bili u fazi pripreme za prijavu na vezane EU programe/instrumente. Tijekom 2020. godine zbog utjecaja korona krize Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica nisu realizirali planirane programe u svojoj nadležnosti.

TZ OBŽ sudjelovala je na radionicama i sastancima vezanim uz izradu strategija, projektnih studija i drugih strateških dokumenata poput izrade Studije turističko-edukativnih aktivnosti za dvorac Eugena Savojskog u Bilju, Izrade Strategije i akcijskog plana osječke Tvrđe 2021. - 2027. te u aktivnostima koje su u okviru Urbane aglomeracije Osijek. Također TZ OBŽ je sudjelovala na sastanku Partnerskog vijeća Osječko-baranjske županije te je redovito surađivao sa Upravnim odjelom za turizam, kulturu i sport i JU Županijskom razvojnom agencijom Osječko-baranjske županije u razvoju strateških projekata i programa poput Županijske razvojne strategije i Operativnih programa u dijelu koji se odnosi na razvoj turizma.

TZ OBŽ je nastavila upravljati javnim vinotekama kao javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane Osječko-baranjske županije i Grada Osijek kroz sustav postavljen kroz Wine Tour OBC projekt. Sporazumom s Osječko-baranjskom županijom, osigurana su 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 IIIC Regionalna konkurentnost), u kojem je TZ OBŽ sudjelovala kao projektni partner. TZ OBŽ je također sudjelovao na sastancima vezanim uz razvoj sadržaja koji bi trebali biti dio nove javne turističke infrastrukture - budućeg Centra za posjetitelje Tvrđa, projekta čiji je nositelj Grad Osijek, a TZ OBŽ jedan od budućih korisnika.

TZ OBŽ nije tijekom 2020. godine provela decentralizirane i planirane javne natječaje za dodjelu potpora za manifestacije lokalnog značenja, potporu turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenim područjima te potporu projektima turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nedovoljno razvijenim područjima u županiji. Spomenuti natječaji koji su bili do 2019. godine u nadležnosti

Hrvatske turističke zajednice nisu realizirani zbog obustave istih slijedom utjecaja korona krize od strane Ministarstva turizma te nedonošenja vezanih Pravilnika.

Tijekom 2020. godine TZ OBŽ realizirala je program edukacija „Vinskih promotora“ za područje Osječko-baranjske županije u suradnji s Regionalnom vinotekom u Osijeku. Riječ je o novom programu osmišljenom s ciljem povećanja razine znanja turističkih vodiča, turističkih djelatnika i drugih potencijalnih vanjskih suradnika na brojnim vinsko-turističkim manifestacijama u organizaciji TZ OBŽ i drugih organizatora. Također u okviru nove manifestacije „Dani otvorenih podruma Osječko-baranjske županije“ testiran je i lansiran je novi edukacijski proizvod u suradnji s vinarima – „Mala škola vina“ koji se pokazao vrlo uspješan po broju zainteresiranih sudionika.

TZ OBŽ je koordinirala djelovanje i nadzirala izvršavanje ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja Županije. Sukladno mogućnostima, TZ OBŽ i financijski se uključivao u provođenje aktivnosti i manifestacija lokalnih turističkih zajednica.

Ured je obavljao informativne poslove u vezi 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 je dao sve informacije o turističkoj ponudi na području Osječko-baranjske županije. Turistički ured je redovito obrađivao podatke o turističkom prometu s ciljem redovitog informiranja ključnih dionika te je izrađivao sva potrebna izvješća za Tijela Zajednice, ali i za Osječko-baranjsku županiju, Hrvatsku turističku zajednicu, Ministarstvo turizma (i sporta), te ostale za koje je to zakonom propisano ili institucije koje se javile u Turistički ured.

TZ OBŽ kroz sustav eVisitor obavljala je nadzor nad cijelim sustavom TZ s posebnim osvrtom na općine koje nemaju lokalni TZ. Ujedno Zajednica je sudjelovala u realizaciji strateškog marketinškog projekta „Hrvatski digitalni turizam“ čiji je koordinator Hrvatska turistička zajednica, kroz izradu i dostavu višejezičnih tekstualnih materijala i medijskih materijala prema uputama Glavnog ureda.

Kad je riječ o tržišnim ispitivanjima, ista su bila dio procesa izrade Strateškog marketinškog plana za Slavoniju, odnosno Osječko-baranjsku županiju, stoga su dobiveni podaci korišteni i za pripremu brand platforme HeadOnEast Croatia. TZ OBŽ je radila na ažuriranju baza podataka i banke fotografija te je osigurao tražene podatke o turističkom prometu na osnovi individualnih zahtjeva.

TZ OBŽ redovito je informirala javnost kroz lokalne, regionalne i nacionalne medije o stanju turističkog prometa na razini Osječko-baranjske županije i izazovima s kojima se suočava lokalni turistički sektor za vrijeme korona krize. Uz to informirao je javnost putem različitih komunikacijskih i medijskih kanala o aktivnostima koje provodi, a odnose se na organizirane manifestacije i posebne kampanje.

Uz javne kanale, TZ OBŽ redovito je kreirala sadržaje na vlastitim profilima na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube – Visit Slavonia Baranja) te je tijekom 2020. godine razvijala u suradnji s vanjskim partnerima mrežnu stranicu [www.visitslavoniabaranja.com](http://www.visitslavoniabaranja.com) tj. [www.headoneastcroatia.com](http://www.headoneastcroatia.com), što se pokazao kao vrlo izazovan zadatak zbog složenosti nove stranice i inicijalno malog iznosa sredstava alociranih za navedeni projekt. Projekt je fazi nadogradnje te je u potpunosti usklađen s HeadOnEast Croatia vizualnim standardom.

Nova brand platforma TZ OBŽ koja je nastala tijekom 2019. godine – HeadOnEast Croatia, jedan je od strateških marketinških projekata na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije koji se nastavio razvijati i tijekom 2020. godine. Kroz razvoj brand započeo proces standardizacije vizualnih komunikacija na razini pojedinih turističkih proizvoda, mikrodestinacija,



dogaćanja i komunikacijskih kanala kojima upravlja TZ OBŽ. Sva komunikacija provodila se uz isticanje Slavonije i Baranje kao destinacije.

Tijekom prvog kvartala 2020. godine završena je izrada nove brošure destinacije pod nazivom HeadOnEast Croatia. U pripremljenoj fazi projekta definirani su ključni proizvodi i turističke atrakcije s područja Osječko-baranjske županije, izrađeni su novi tekstovi i prijevodi istih na njemački, engleski i mađarski jezik, prikupljene su i izrađene nove fotografije te je postavljeno vizualno rješenje usklađeno s prethodno postavljenim vizualnim standardom. Uz brošuru izrađeni su i otisnuti novi prilozi poput Kalendara manifestacija za 2020. godinu, popisa restorana i popisa vinarija. Brošura je distribuirana tijekom 2020. godine putem različitih kanala u svrhu promocije destinacije. Glavni rezultat projekta je prva, suvremeno dizajnirana imidž brošura koja promovira ključne turističke atrakcije i proizvode vezane uz područje u nadležnosti Turističke zajednice Osječko-baranjske županije odnosno, Osječko-baranjske županije kao administrativne jedinice.

TZ OBŽ je sudjelovala u realizaciji strateškog marketinškog projekta „Hrvatski digitalni turizam“ čiji je koordinator Hrvatska turistička zajednica, kroz izradu i dostavu višejezičnih tekstualnih materijala i medijskih materijala prema uputama Glavnog ureda.

Tijekom 2020.godine TZ OBŽ realizirala je sljedeće samostalne marketinške kampanje u suradnji Osječko-baranjskom županijom:

- Promotivna on-line kampanja: „Hedonizam je na istoku!“, svibanj 2020.

Za vrijeme mirovanja turističkih, ugostiteljskih i drugih gospodarskih aktivnosti zbog pandemije virusa COVID-19, kao i izrazito ograničenih resursa za financiranje promotivnih aktivnosti, TZ OBŽ je osmislila i lansirala svojevrsnu gerila kampanju pod radnim nazivom SLAVONIJA-20, u kojoj su glavni akteri ljudi koji nude turističke doživljaje na istoku Hrvatske, ali ih ujedno i sami žive svaki dan. Kampanja je realizirana na društvenim mrežama pod nazivom Hedonizam je na istoku! #HeadOnEastCroatia #VisitSlavonijaBaranja, u suradnji s turističkim djelatnicima-ponuđačima s područja destinacije. Kampanja je imala „do it yourself/uradi sam“ koncept i poruku koja je komunicirala da je destinacija jedna velika obitelj koja se priprema za skoru posjetu prijatelja. Za vrijeme perioda prije dolaska gostija svaki "član obitelji" priprema se na svoj način za posjetu. Cilj kampanje bio je uputiti poziv na obilazak istoka Hrvatske te u komunikacijskom smislu ponuditi drugačiju sliku Slavonije i Baranje. Kampanja je promovirana putem svih medijskih kanala.

- Promotivna on-line kampanja: Hedonizam bez granica - Pomakni svoje granice, kreni na istok Hrvatske!, 7. rujna do studenoga

TZ OBŽ je osmislila i realizirao on-line kampanju na društvenim medijima koja ima za cilj povećati vidljivost destinacije i potaknuti interaktivnost s ciljanim skupinama. Stoga je lansirano kreativno natječaj na Facebooku u sklopu koje su dodjeljena tri „hedonistička“ vikend aranžmana u Osječko-baranjskoj županiji. Natječaj je svaki tjedan pratio novi vizual s pitanjem na koje pratitelji odgovaraju u komentar, a najkreativniji odgovori nagrađeni su vikendom odmora. Komunikaciju su pratili video sadržaji koji prikazuju turističke proizvode i doživljaje koji očekuju i same dobitnike nagrade: aktivno/zeleno, gastro, eno, kultura. Ciljana skupina kampanje su bile osobe iz Hrvatske od 30 do 50 godine. Prvi dio kampanje baziran na kreativnom natječaju je završen početkom listopada, a drugi dio je nastavljen kroz faznu objavu novih video materijala (spotova) koji prikazuju ključne turističke proizvode destinacije – Hedonizam bez granica: Vinska razglednica, Boje, mirisi i okusi, Aktivni u prirodi, Kulturni hedonizam i Doživljaji u zelenom. Kampanja je promovirana putem svih medijskih kanala. TZ OBŽ je realizirala cilj povećanja broja pratitelja na vlastitim profilima na društvenim mrežama kao rezultat aktivnosti.

- Promotivna on-line kampanja: „Influencerski vikend: najbolje ribe su na istoku“ – Domagoj Jakopović Ribafish i Dean Kotiga, 11. do 13. rujna

Prateći trendove u komuniciranju i promociji destinacija, TZ OBŽ je osmislila i realizirala tzv. Influencerski vikend s dva popularna vanjska suradnika - Domagojem Jakopovićem Ribafishem i „lovcem“ Deanom Kotigom. Za dvojac je organiziran vikend u destinaciji praćen brojnim zadacima i izazovima koje su morali savladati i istovremeno ih komunicirati preko svojih profila na društvenim mrežama koje prate brojni pratitelji (Dean Kotiga Instagram - 101.200 pratitelja). Vikend su pratili i obilasci manifestacija poput Wine & Bike Toura Erdut, i Ribarskih dana u Kopačevu. Pored kontinuirane komunikacije doživljaja na svojim profilima, zadatak je bio i promovirati Kreativni natječaj iz prethodne točke. Kampanja je promovirana putem svih medijskih kanala. TZ OBŽ je realizirala cilj povećanja broja pratitelja na vlastitim profilima na društvenim mrežama kao rezultat aktivnosti.

Tijekom 2020. godine zbog utjecaja korona krize otkazana su prethodno najavljena studijska putovanja te dolasci novinara i tour operatora u suradnji s Glavnim uredom. Početkom godine, za vrijeme održavanja Festivala vina, delicija i ugodnog življenja WineOs od 10. do 11. siječnja 2020. godine organiziran je boravak ukupno 16 renomiranih vinskih novinara u suradnji s organizatorom manifestacije Udrugom za promicanje enogastro turizma Hrvatske – Dekanter. Novinarima je ujedno predstavljena destinacija i planirana ponuda vinsko-turističkih proizvoda tijekom 2020. godine.

TZ OBŽ je u suradnji sa Osječko-baranjskom županijom promovirala destinaciju za vrijeme održavanja Sjednice radne skupine za odnose s javnošću Hrvatske zajednice županija u veljači 2020. godine kroz organizaciju studijskog izleta u Baranju za sudionike.

Financijski plan i program za 2020. g. usvojila je Skupština zajednice u prosincu 2019. g. te izmjene financijskog plana u prosincu 2020. g. Financijskim planom za 2020. g. planirani su prihodi i rashodi u iznosu od 3.870.000,00 kuna, rebalansom smanjeni na 2.343.906,64 kuna.

## **PRIHODI**

Ukupni prihodi iznosili su 2.392.266,95 kuna odnosno 38,18% manji od Plana, a najznačajniji prihodi bili su iz županijskog proračuna u iznosu 1.450.000,00 ili 60,61% ukupnih prihoda. Izvorni prihodi od boravišne pristojbe i turističke članarine iznosili su 881.870,96 kuna te čine 36,87% ukupnih prihoda, dok se preostalih 2,52% odnose na prihode od Hrvatske turističke zajednice. Izvorni prihodi povećani su u 2020. u odnosu na 2019. godinu za 13,18%, dok su prihodi iz županijskog proračuna smanjeni za 26,25%, a prihodi od Hrvatske turističke zajednice smanjeni za čak 95%.

## **RASHODI**

### **I. Administrativni rashodi**

Direktorica je organizirala djelovanje TZ OBŽ usmjereno na provedbu planiranih aktivnosti sve do 20. ožujka kada je prema preporukama Nacionalnog i Županijskog stožera civilne zaštite donesena Odluka o sigurnosnim mjerama za zaštitu od zaraznih bolesti koja se odnosi na djelovanje za vrijeme COVID-19 pandemije, tzv. korona krize. Od sredine veljače se rad Ureda TZ OBŽ postepeno počeo preusmjeravati na djelovanje vezano uz korona krizu, u smislu koordinacije u izvršenju preporuka i zadaća između Civilnog stožera Ministarstva turizma, Stožera civilne zaštite Osječko-baranjske županije i turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije i drugih ključnih dionika u sektoru turizma. Sam rad TZ OBŽ je u skladu s preporukama nadležnih tijela organiziran kroz sustav dežurstava i rad od kuće od 23. ožujka 2020. godine. Donešen je plan djelovanja TZ OBŽ koji je postavljen prema grupi planiranih aktivnosti i zaduženjima po djelatniku, planu dežurstava koji se ažurirao na tjednoj razini te obrazac dnevnika rada za izvještavanje o provedenim aktivnostima. Od sredine travnja u uredu TZ OBŽ su na preporučenoj udaljenosti radili djelatnici bez kroničnih bolesti, dok su djelatnici koji imaju respiratorne bolesti ili liječničku preporuku nastavili raditi od kuće sve do sredine svibnja. Ukupan broj djelatnika tijekom 2020. godine bio je pet.

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, TZ Osječko-baranjske županije redovito je obavještavala i uključivala u projekte i aktivnosti, te ih obavještavala o projektima, natjecanjima i aktivnostima Osječko-baranjske županije, Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma i sporta i drugih ministarstava.

TZ OBŽ bila je uključena u projekt 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 pripremao je 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: 947.412,24**

## **II. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

### ***II.1. Potpora događanjima***

#### ***II.1.1. Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ***

##### ***II.1.1.2. Samostalni projekti***

###### ***II.1.1.2.1. Večer vina i umjetnosti***

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

- srpnju i listopadu;

Večeri vina i umjetnosti u Tvrđi festival su vina koji ima i edukacijsku komponentu koja se odnosi na razvoj vinske publike, a broj posjetitelja se kreće između 2.000 i 3.000 po manifestaciji. Večer vina i umjetnosti organizirana početkom srpnja 2020. godine bila je ujedno i prvi turistički događaj od početka pandemije korona virusa, te je organizirana u suglasnosti sa svim mjerama i preporukama Županijskog i nacionalog stožera civilne zaštite. Večer vina i umjetnosti održana u srpnju bila je dio manifestacije Dani otvorenih vinskih podruma odnosno Vinskog mjeseca Osječko-baranjske županije koji je tijekom lipnja i srpnja povezao 4 vinogorja: Baranju, Feričance, Đakovo i Erdut. Jesenska Večer vina i umjetnosti održala se pod nazivom Vino.grad u okviru HeadOnEast festivala i trajala je dva dana, a organizirana je također uz poštovanje tada aktualnih mjera vezanih uz pandemiju koronavirusa.

---

**Ukupno utrošeno: 99.064,26**

#### ***II.1.1.2.2. HeadOnEast festival***

HeadOnEast je ove godine organiziran od 2. do 4. listopada, na području osječke Tvrđe, u suradnji sa Osječko-baranjskom županijom, Gradom Osijekom, Udrugom Breza, Udrugom Tarda, Kulturnim centrom Osijek, Udrugom Slama, Hrvatskim narodnim kazalištem i JU za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Osječko-baranjske županije i vanjskim partnerima-suradnicima. Program se sastojao od sljedećih potprograma: Hvatači snova/Zemlja bez granica, Vino.grad, Beercuz, Street Food, Food Bazaar, In da Sofa, Tarda Festival.

---

**Ukupno utrošeno: 276.819,85**

#### ***II.1.2. Potpora manifestacijama***

##### ***II.1.2.3 Ostale manifestacije***

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije sufinancirala je određeni broj događanja na području županije, ali samo u razdoblju od kolovoza do prosinca.

Sufinancirane su sljedeće manifestacije:

- River jazz festival Osijek
- Gumiranje na Dravi
- Febire festival biciklističke rekreacije
- Wine&Bike Tour Erdut
- Dani frankovke Feričanci
- Vinski maraton Zmajevac
- Craft Beer Festival Đakovo
- Državno prvenstvo u sportskoj gimnastici Osijek

---

**Ukupno utrošeno: 57.047,40**

#### ***II.4. Posebni projekti***

Troškovi vizualnih rješenja i tekstova za HeadOnEast brand platformu te prekogranična umrežavanja.

---

**Ukupno utrošeno: 20.838,62**

##### ***II.4.1 HeadOnEast brand platforma***

U okviru HeadOnEast brand platforme izrađena su vizualna rješenja za mikrodestinacije na području županije: Baranja, Osijek, Đakovo, Erdut, Valpovo, Belišće, Donji Miholjac, Našice i Bizovac. Također, producirani su novi tekstualni materijali za ključne proizvode HeadOnEast brand platforme.

---

**Ukupno utrošeno: 19.213,00**

#### **II.4.2. Brand Slavonija**

#### **II.4.3. Prekogranična umrežavanja**

Trošakovi pripremnog sastanka za provedu projekta prekograničnog projekta s Mađarskom Wine Tour Across Borders.

---

**Ukupno utrošeno: 1.625,62**

**SVEUKUPNO UTROŠENO: 453.770,13**

### **III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

Turistička zajednica aktivna je web stranici [www.visitslavonijabaranja.com](http://www.visitslavonijabaranja.com) te na društvenim mrežama (Facebook, Instagram) na kojima objavljuje sve novosti iz turizma u Osječko-baranjskoj županiji. Sukladno suvremenim trendovima, značajno su smanjeni troškovi tiska brošura, te se koriste HTZ-ova nova brošura Slavonija te nova imidž brošura Osječko-baranjske županije.

Kad je riječ o provođenju aktivnosti operativnog marketinga opet je potrebno istaknuti da ključni planirani „partnerski program“ s HTZ-om - **Udruženo oglašavanje** nije realiziran prema inicijalnom planu zbog utjecaja korona krize na ukupnu turističku industriju i vezane izvorne prihode.

---

#### **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 na portalima SiB.hr, Osijek031, Večernji list, Turističke priče i Facebook. Također odrađena je kampanja „Hedonizam bez granica“. Realiziran je Influencerski vikend s dva popularna vanjska suradnika - Domagojem Jakopovićem Ribafishem i „lovcem“ Deanom Kotigom. Vikend su pratili i obilasci manifestacija poput Wine & Bike Toura Erdut, i Ribarskih dana u Kopačevu. Ovom kampanjom TZ OBŽ je realizirala cilj povećanja broja pratitelja na vlastitim profilima na društvenim mrežama kao rezultat aktivnosti.

---

**Ukupno utrošeno: 94.809,81**

##### **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](http://www.visitslavonijabaranja.com).

---

**Ukupno utrošeno: 73.225,00**

### **III.2. Offline komunikacije**

#### **III.2.1. Opće oglašavanje**

Trošak se odnosi na oglašavanje u tisku edukacije za vinske promotore (Glas Slavonije) te oglašavanje na TV-u/radiju manifestacije Wine&Bike Tour Erdut (Gradski radio, Slavonski radio) te HeadOnEast (Hrvatska radio televizija, Slavonski radio, Gradski radio)

---

**Ukupno utrošeno: 13.748,51**

#### **III.2.2. Brošure i ostali tiskani materijali**

Tijekom prvog kvartala 2020. godine završena je izrada nove brošure destinacije pod nazivom HeadOnEast Croatia. U pripreмноj fazi projekta definirani su ključni proizvodi i turističke atrakcije s područja Osječko-baranjske županije, izrađeni su novi tekstovi i prijevodi istih na njemački, engleski i mađarski jezik, prikupljene su i izrađene nove fotografije te je postavljeno vizualno rješenje usklađeno s prethodno postavljenim vizualnim standardom. Glavni rezultat projekta je prva, suvremeno dizajnirana imidž brošura koja promovira ključne turističke atrakcije i proizvode vezane uz područje u nadležnosti Turističke zajednice Osječko-baranjske županije odnosno, Osječko-baranjske županije kao administrativne jedinice. Trošak uključuje pisanje tekstova, prijevod, grafičko uređivanje i tisak brošure. Od suvenira i promo materijala izrađene su HeadOnEast majice, kupljene razglednice te začinska paprika.

---

**Ukupno utrošeno: 133.020,30**

**SVEUKUPNO UTROŠENO: 314.803,62**

### **IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije uslijed pandemije korona virusa nastupala je na dva sajma u inozemstvu, najčešće kroz sufinanciranje dijela troškova, a u suradnji s drugim županijskim turističkim zajednicama klastera Slavonija ili u suradnji s Osječko-baranjskom županijom. Za razliku od prijašnjih godina nije bilo prihvata stranih turoperatora i novinara.

#### **IV.2. Studijska putovanja**

Zbog pandemije korona virusa izostala su studijska putovanja stranih novinara te se trošak odnosi na smještaj domaćih novinara na WineOs-u, glazbeni program i prijevoz novinara u organizaciji Hrvatske zajednice županija, smještaj i prijevoz influencera Deana Kotige i Domagoja Jakopovića Ribafisha.

---

**Ukupno utrošeno: 17.759,28**

#### **IV.3. Posebne prezentacije**

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije uspjela je ostvariti dva inozemna nastupa prije pandemije korona virusa, i to u suradnji s Glavnim uredom HTZ-a i Klasterom Slavonija. Zajednički nastupi turističkih zajednica klastera Slavonija održani su na sajmu F.re.e. u Munchenu od 19.-23.2.2020. te nastup Klastera Slavonija na sajmu Destinationshow u Londonu 31.1.-2.2.2020. U Hrvatskoj su predstavnici Klastera Slavonija održali tiskovnu konferenciju 5. lipnja 2020. godine.

Također je pokrenuta web stranica Slavonia travel ([www.slavonia.travel](http://www.slavonia.travel)) te je odrađena zajednička digitalna promotivna kampanja u jesen 2020.

---

**Ukupno utrošeno: 44.706,11**

**SVEUKUPNO UTROŠENO: 62.465,39**

## **V. INTERNI MARKETING**

### ***V.1. Edukacija***

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije povodom 100. godina hrvatske Baranje sufinancirala je održavanje znanstvenog skupa Baranja kroz povijest koji se održao mu Muzeju Slavonije u Osijeku.

---

**Ukupno utrošeno: 2.320,00**

### **V.2. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica**

Turistička zajednica provodi redovite koordinacije s lokalnim turističkim zajednicama, a uz redovite koordinacije odrađuju se i redoviti sastanci po pitanju različitih aktivnosti.

---

**Ukupno utrošeno: 155,86**

### **V.3. Nagrade i priznanja**

Trošak izrade diploma za vinske promotore.

---

**Ukupno utrošeno: 180,00**

**SVEUKUPNO UTROŠENO: 2.655,86**

## **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

### ***VI.1. Izrada multimedijalnih materijala***

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije u suradnji s Osječko-baranjskom županijom izradila je 5 kratkih promotivnih videja na temu najvažnijih nišnih proizvoda: eno, gastro, aktivno, kultura te zeleni turizam. Trošak se odnosi na noćenja snimatelja.

---

**Ukupno utrošeno: 6.450,00**

**SVEUKUPNO UTROŠENO: 6.450,00**

## **VII. POSEBNI PROGRAMI**

### ***VII.2. EU projekti***

#### ***VII.2.1. Wine Tour***

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

---

**Ukupno utrošeno: 136.431,07**

**VII.2.2. Interreg CBC Mađarska-Hrvatska – Minorities as Bridges**

Organizacija početne konferencije projekta koja se održala u Prosvjetno-kulturnom centru Mađara u RH u Osijeku 20.10. i tisak promotivnih materijala (letci i roll-up).

---

**Ukupno utrošeno: 10.450,00**

**VII.2.3. Interreg CBC Mađarska-Hrvatska – Wine Tour Across Borders**

U okviru HeadOnEast festivala sufinanciran je program Vino.grad 2. i 3. listopada, na području osječke Tvrđe, koji je okupio tisuće vinskih zaljubljenika. Održana je prezentacija vina iz Slavonije, Podunavlja i Mađarske te vinska i gastro radionica. Sve je pratio bogati glazbeni program.

---

**Ukupno utrošeno: 65.662,50**

**SVEUKUPNO UTROŠENO: 212.543,57**

**VIII. OSTALO**

**VIII.2 Ostali financijski rashodi**

Nerealiziran povrat sredstava.

---

**Ukupno utrošeno: 7.086,89**

**VIII.3 Amortizacija**

Amortizacija se odnosi na info table tj. smeđu signalizaciju.

---

**Ukupno utrošeno: 16.199,97**



**FINANCIJSKO IZVJEŠĆE**  
**TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE ZA 2020. GODINU**

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2020	REBALANS PLANA 2020	IZVRŠENJE do-31.12.2020	indeks Izvršenje 2020 / Plan 2020	STRUKTURA
1.	Prihodi od turističke pristojbe	200.000,00	135.000,00	140.118,66	103,79	5,86
2.	Prihodi od turističke članarine	550.000,00	700.000,00	741.752,30	105,96	31,01
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/ŽUPANIJE/državnog	<b>1.500.000,00</b>	<b>1.350.000,00</b>	<b>1.450.000,00</b>	107,41	60,61
3.1.	za programske aktivnosti	1.300.000,00	750.000,00	750.000,00	100,00	31,35
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	200.000,00	600.000,00	600.000,00	100,00	25,08
3.3.	za EU projekte-WINE TOUR	200.000,00	100.000,00	100.000,00	100,00	4,18
4.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	50.000,00	18.506,64		0,00	0,00
	Višak prihoda-vlastiti	0,00	-36.480,37		0,00	0,00
	Višak prihoda-prihodi iz proračuna	0,00	0,00		0,00	0,00
	Višak prihoda-WINE TOUR	0,00	54.987,01		0,00	0,00
5.	EU projekti, HTZ i dr	1.350.000,00	39.400,00	60.393,78	153,28	2,52
	Prihod od HTZ-udruženo oglašavanje	1.016.000,00	0,00		0,00	0,00
	Prihod od HTZ-ostali programi	334.000,00	39.400,00	60.393,78	153,28	2,52
6.	Ostali nespomenuti prihodi	20.000,00	1.000,00	2,21	0,22	0,00
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>3.870.000,00</b>	<b>2.343.906,64</b>	<b>2.392.266,95</b>	<b>102,06</b>	<b>100,00</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA PO SVIM IZVORIMA	PLAN 2020	REBALANS PLANA 2020	IZVRŠENJE 01-31.12.2020	indeks	STRUKTURA
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>956.000,00</b>	<b>1.012.000,00</b>	<b>947.412,24</b>	<b>93,62</b>	<b>100,00</b>
1.	Rashodi za zaposlene	813.000,00	874.000,00	803.720,97	91,96	84,83
1.1.	Bruto plaća	755.000,00	857.000,00	794.080,97	92,66	83,82
1.2.	Troškovi putovanja	42.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.3.	Ostali rashodi za zaposlene	16.000,00	17.000,00	9.640,00	56,71	1,02
2.	Rashodi ureda	133.000,00	133.000,00	139.314,28	104,75	14,70
2.1.	Materijalni izdaci	10.000,00	33.000,00	28.388,93	86,03	3,00
2.2.	Nematerijalni izdaci	120.000,00	90.000,00	99.625,38	110,69	10,52
2.3.	ostali izdaci	3.000,00	10.000,00	11.299,97	113,00	1,19

3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	10.000,00	5.000,00	4.376,99	87,54	0,46
	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI UKUPNO</b>	<b>956.000,00</b>	<b>1.012.000,00</b>	<b>947.412,24</b>	<b>93,62</b>	<b>100,00</b>
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>1.065.000,00</b>	<b>471.000,00</b>	<b>453.770,13</b>	<b>96,34</b>	<b>100,00</b>
1.	Potpora događanjima	810.000,00	443.000,00	432.931,51	97,73	95,41
1.1.	Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ	520.000,00	375.000,00	375.884,11	100,24	82,84
1.1.1.	Panonski folklorni festival	180.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.2.	Samostalni projekti	340.000,00	375.000,00	375.884,11	100,24	82,84
1.1.2.1.	Večer vina i umjetnosti	150.000,00	100.000,00	99.064,26	99,06	21,83
1.1.2.2.	HeadOnEast festival	180.000,00	275.000,00	276.819,85	100,66	61,00
1.1.2.3.	Gourmet Slavonija, Baranja i Srijem	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2.	Potpora manifestacijama	290.000,00	68.000,00	57.047,40	83,89	12,57
1.2.1.	regionalne i lokalne manifestacije	90.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2.2.	Cro Race /tour of Croatia	70.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2.3.	Ostale manifestacije	70.000,00	68.000,00	57.047,40	83,89	12,57
2.	Potpora razvoju DMO-a	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.	Potpora razvoju DMK-a	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4.	Posebni projekti	175.000,00	28.000,00	20.838,62	74,42	4,59
4.1.	HEADOnEast brand platforma		26.000,00	19.213,00	73,90	4,23
4.2.	Brand Slavonija		0,00	0,00	0,00	0,00
4.3.	Prekogranična umrežavanja / proizvodi		2.000,00	1.625,62	81,28	0,36
5.	Razvoj proizvoda	70.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.1.	Tehnička pomoć - usluge dizajna i brandinga		0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI UKUPNO</b>	<b>1.065.000,00</b>	<b>471.000,00</b>	<b>453.770,13</b>	<b>96,34</b>	<b>100,00</b>
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>1.428.000,00</b>	<b>314.900,00</b>	<b>314.803,62</b>	<b>99,97</b>	<b>100,00</b>
1.	<b>Online komunikacije</b>	<b>40.000,00</b>	<b>166.400,00</b>	<b>168.034,81</b>	<b>100,98</b>	<b>53,38</b>
1.1.	Internet oglašavanje	20.000,00	92.900,00	94.809,81	102,06	30,12
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	20.000,00	73.500,00		0,00	0,00
1.2.1.	Izrada nove internet stranice	10.000,00	68.000,00	67.375,00	99,08	21,40
1.2.2.	održavanje stranice	10.000,00	5.500,00	5.850,00	106,36	1,86
2.	<b>Offline komunikacije</b>	<b>104.000,00</b>	<b>148.500,00</b>	<b>146.768,81</b>	<b>98,83</b>	<b>46,62</b>
	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora				0,00	0,00
2.1.	Opće oglašavanje	54.000,00	14.500,00	13.748,51	94,82	4,37

2.1.1.	Oglašavanje u tisku	30.000,00	4.500,00	4.300,00	95,56	1,37
2.1.2.	TV oglašavanje	14.000,00	10.000,00	9.448,51	94,49	3,00
2.1.3.	Vanjsko oglašavanje	10.000,00	0,00	0,00	#DIV/0!	0,00
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	30.000,00	134.000,00	133.020,30	99,27	42,26
2.2.1.	Brošura - Ponuda OBŽ	15.000,00	120.000,00	119.297,30	99,41	37,90
2.2.2.	Ostale tematski promo materijali i suvenirni	15.000,00	14.000,00	13.723,00	98,02	4,36
2.3.	Info table	20.000,00	0,00		0,00	0,00
<b>3.</b>	<b>Udruženo oglašavanje</b>	<b>1.284.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
3.1.	model I	1.105.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.1.	oglašavanje	1.045.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.2.	trošak OOH produkcije	45.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.3.	trošak upravljanja društvenim mrežama	15.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2.	model II	179.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI UKUPNO	1.428.000,00	314.900,00	314.803,62	99,97	100,00
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>210.000,00</b>	<b>63.100,00</b>	<b>62.465,39</b>	<b>98,99</b>	<b>100,00</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.	Studijska putovanja	70.000,00	18.100,00	17.759,28	98,12	28,43
2.1.	u suradnji s HTZ	40.000,00	13.500,00	13.201,28	97,79	21,13
2.1.1.	turistički agenti	20.000,00	0,00		0,00	0,00
2.1.2.	novinari	20.000,00	13.500,00	13.201,28	97,79	21,13
2.2.	samostalno TZ OBŽ s lokalnim TZ	30.000,00	4.600,00	4.558,00	99,09	7,30
2.2.1.	turistički agenti	10.000,00	0,00		0,00	0,00
2.2.2.	novinari	20.000,00	4.600,00	4.558,00	99,09	7,30
3.	Posebne prezentacije	110.000,00	45.000,00	44.706,11	99,35	71,57
3.1.	TZŽ samostalno	60.000,00	0,00		0,00	0,00
3.2.	klaster Slavonija	50.000,00	45.000,00	44.706,11	99,35	71,57
	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI UKUPNO	210.000,00	63.100,00	62.465,39	98,99	100,00
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>27.000,00</b>	<b>4.500,00</b>	<b>2.655,86</b>	<b>59,02</b>	<b>100,00</b>
1.	Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog	15.000,00	2.500,00	2.320,00	92,80	87,35

	sektora)					
2.	Koordinacija i umrežavanje sustava turističkih zajednica na području županije	7.000,00	1.000,00	155,86	15,59	5,87
3.	Nagrade i priznanja	5.000,00	1.000,00	180,00	18,00	6,78
	<b>INTERNI MARKETING UKUPNO</b>	<b>27.000,00</b>	<b>4.500,00</b>	<b>2.655,86</b>	<b>59,02</b>	<b>100,00</b>
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>82.000,00</b>	<b>6.500,00</b>	<b>6.450,00</b>	<b>99,23</b>	<b>100,00</b>
1.	Izrada multimedijalnih materijala	30.000,00	6.500,00	6.450,00	99,23	100,00
2.	Istraživanje tržišta	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.	Formiranje baze podataka	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	20.000,00	0,00	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	0,00	0,00
	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA UKUPNO</b>	<b>82.000,00</b>	<b>6.500,00</b>	<b>6.450,00</b>	<b>99,23</b>	<b>100,00</b>
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>281.000,00</b>	<b>255.000,00</b>	<b>212.543,57</b>	<b>83,35</b>	<b>100,00</b>
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena; razvoj atrakcijske ponude na razini destinacije	20.000,00	0,00		0,00	0,00
2.	EU projekti	261.000,00	255.000,00	212.543,57	83,35	100,00
2.1.	Wine Tour	165.000,00	150.000,00	136.431,07	90,95	64,19
2.2.	INTERREG CBC HUN CRO-MINORITIES	20.000,00	25.000,00	10.450,00	41,80	4,92
2.3.	INTERREG CBC HUN CRO-WINE TOUR ACROSS BORDERS	50.000,00	80.000,00	65.662,50	82,08	30,89
2.4.	COSME SPEEDED UP!-DANUBE CYLCO	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.	Ostali EU projekti	6.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>POSEBNI PROGRAMI UKUPNO</b>	<b>281.000,00</b>	<b>255.000,00</b>	<b>212.543,57</b>	<b>83,35</b>	<b>100,00</b>
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>				0,00	0,00
1.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				0,00	0,00

<b>IX.</b>	POKRIVANJA MANJKA IZ PRETHODNE GODINE	<b>0,00</b>	<b>36.480,37</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>X.</b>	VIŠAK PRIHODA IZ TEKUĆE GODINE	<b>0,00</b>	<b>163.926,27</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	OSTALI FINACIJSKI RASHODI - nerealiziran povrat sredstava			<b>7.086,89</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	AMORTIZACIJA	<b>21.000,00</b>	<b>16.500,00</b>	<b>16.199,97</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	<b>SVEUKUPNI RASHODI</b>	<b>4.070.000,00</b>	<b>2.343.906,64</b>	<b>2.023.387,67</b>	<b>86,33</b>	<b>100,00</b>
	VIŠAK IZ PRETHODNE GODINE - URED ZA POLJOPRIVREDU			<b>54.987,01</b>		
	MANJAK VL. SREDSTAVA IZ PRETHODNE GODINE			<b>-36.480,37</b>		
	VIŠAK TEKUĆE GODINE			<b>368.879,28</b>		
	<b>UKUPNO</b>			<b>387.385,92</b>		

Pripremila: Ivana Jurić, direktorica Turističke zajednice Osječko-baranjske županije