



**TURISTIČKA ZAJEDNICA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE  
TURISTIČKO VIJEĆE**

**PRIJEDLOG PROGRAMA RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE  
ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE  
ZA 2021. GODINU**

Materijal pripremila:  
TURISTIČKA ZAJEDNICA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE  
Ivana Jurić, direktorica  
prosinac, 2020.



## Sadržaj

UVOD.....	3
1. BUDUĆNOST TURIZMA: TRENDOVI PREDVIĐENI OD 2021. GODINE I NADALJE .....	4
2. TURIZAM NA PODRUČJU OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE I OCJENA TRŽIŠNIH TRENDOVA .....	7
2.1 Turistička resursno-atraksijska osnova na području Županije .....	8
2.2. Turistički proizvodni portfelj Osječko-baranjske županije .....	11
2.3. Stanje u turizmu na području Osječko-baranjske županije .....	11
3. STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE.....	12
3.1. Strateški ciljevi Turističke zajednice Osječko-baranjske županije:.....	12
3.2. Operativni/kratkoročni i srednje ročni ciljevi za 2021. godinu:.....	13
4. KLJUČNI PROJEKTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE U 2021. GODINI .....	14
4.1. Razvoj brand platforme destinacije – HeadOnEast Croatia .....	14
4.2. Razvoj „loyalty“ programa destinacije u okviru platforme HeadOnEast Croatia .....	15
4.3. Promocija destinacije – HeadOnEast Croatia, Visit Slavonija Baranja i brand Slavonija.....	15
4.4. Provedba projekta Wine Tour Across Borders, EU Interreg Mađarska-Hrvatska .....	15
4.5. Provedba projekta Minorities as Bridges between Societies, EU Interreg Mađarska-Hrvatska.....	16
4.6. Razvoj sustava upravljanja destinacijom .....	16
5. PLAN AKTIVNOSTI ZA 2021. GODINU.....	17
5.1. Prihodi.....	17
5.2. Aktivnosti .....	19
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE.....	19
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA .....	20
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE.....	30
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT .....	37
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....	39
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI.....	40
7. REZERVA.....	42
9. FONDOVI POSEBNE NAMJENE .....	42
10. STRUKTURA PLANIRANJA.....	43



## UVOD

Program rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2021. godinu koncipiran je na temelju zadanih zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Master plana razvoja turizma Osječko-baranjske županije 2017.-2025. godine, Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma 2014.-2020. godine, Strateškog marketinškog plana turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025. godine te Strateškog marketinškog plana za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. godine.

Sukladno tome, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, kao regionalna destinacijska menadžment organizacija, tijekom 2021. godine provodit će aktivnosti proizašle iz zadaća turističkih zajednica definiranih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 52/2019; 42/2020) i Statutom Turističke zajednice, a koje su usmjerene na tri glavna pravca djelovanja:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Osječko-baranjska županija dio je Slavonije i Baranje kao geografski definirane regije čije se bogatstvo ogleda u bogatoj tradiciji, narodnim nošnjama, pjesmama, enogastronomiji, kulturnoj i prirodnoj baštini, arhitekturi i posebno u ljudima i odnosu domaćih ljudi prema gostu. Destinacija je to koja čini dio ukupne ponude tzv. kontinentalne Hrvatske, koja bilježi visoku sezonu od mjeseca travnja do lipnja te od mjeseca rujna do studenoga, odnosno u vrijeme pred i post sezone definirane na nacionalnoj razini. Iako nije tradicionalno prisutna gospodarska grana u regiji, turizam je na razini Osječko-baranjske županije definiran kao jedan od ključnih razvojnih prioriteta radi mogućnosti multipliciranja njegove vrijednosti kroz sektor poljoprivrede i gospodarstva. Zadnjih nekoliko godina sektor bilježi povećanje ulaganja privatnog i javnog sektora te posljedično visok godišnji rast broja noćenja i posjeta. Tako su očekivani rezultati za 2020. godinu bili rekordno postavljeni, no kriza uzrokovana pandemijom bolesti uzrokovane virusom COVID-19 narušila je globalno sektor turizma na svjetskoj i lokalnoj razini kroz ograničenu mogućnost putovanja i općenito ograničenost tržišnog djelovanja.

Turizam i promet u EU jedan su od sustava najpogođenijih pandemijom bolesti COVID-19. Budući da još nema dovoljno podataka o razvoju i stanju turističkih poduzeća, Europski gospodarski i socijalni odbor je sastavio internetski upitnik<sup>1</sup> na koji je odgovorilo više od 170 organizacija iz cijelog EU-a, koje

---

<sup>1</sup> INT/909

ESGO - Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija – Turizam i promet od 2020. nadalje



predstavljaju otprilike 3 500 000 članova iz turističkog sektora, među kojima su restorani i ugostiteljski sektor, hoteli i usluge smještaja, turističke agencije, zabavno-rekreacijski sektor, nautički turizam, turistički vodiči, usluge prijevoza itd. Ukupno 73 % ispitanika navelo je da će sektoru koji predstavljaju trebati više od godine dana da se vrati na prethodnu razinu poslovnih rezultata i da ponovno stekne povjerenje u unutarnje tržište i međunarodne turističke tokove.

Krizna situacija s druge strane utjecala je na povećanje interesa organizatora putovanja i medija za individualna putovanja i promociju i predstavljanje destinacija koje nisu vezane uz masovni turizam te nude aktivni odmor u zelenom i ruralnom prostoru. Osiguravanje zdravlja i sigurnosti tijekom putovanja postao je glavni prioritet i jedan od ključnih imperativa za 2021. godinu, jer se samo tako može vratiti povjerenje u kretanje ljudi. Iako se očekuje u prvoj polovini 2021. godine stavljanje antivirusnog cjepiva u funkciju, sloboda putovanja će sigurno biti smanjena te praćena kontrolama i testovima o zdravstvenom stanju što će zahtjevati daljnju prilagodbu kako ponuđača usluga tako i samih putnika.

## **1. BUDUĆNOST TURIZMA: TRENDVI PREDVIĐENI OD 2021. GODINE I NADALJE**

Globalna kriza sektora izazvana pandemijom bolesti virusa COVID-19 utjecala je drastično na promjene u slobodi kretanja te posljedično u ponašanju potrošača-turista. Nijedna kriza do sada nije ostavila tako dubok trag u jednom od najbrže rastućih sektora na svijetu. Očekuju se novi stilovi putovanja, stvaranje novih tržišnih niša te promjene u očekivanjima putnika. Buduće razdoblje nosi visoku razinu neizvjesnosti u slobodi putovanja, stoga će kapacitet prilagodbe i inovacije pogotovo za organizatore putovanja biti iznimno važno. Ujedno turisti će biti voljni platiti više za sigurnost i stručnu pomoć u nošenju s kompleksnim procedurama putovanja.

Analize pokazuju da su se diljem svijeta tijekom 2020. godine najbrže oporavile nekretnine za najam u privatnom vlasništvu i mali obiteljski hoteli. USA Travel Today je objavila podatke prema kojima je, od lipnja 2019. do danas, popunjenost hotelskog smještaja na 27 tržišta diljem svijeta pala za 77,3%, dok privatni smještaj bilježi značajno manji pad, 45,1%. Turisti sve češće biraju privatni smještaj, a taj trend će se nastaviti i u 2021. godini, jer je lakše održavati fizičku udaljenost u izdvojenoj jedinici. I na području Osječko-baranjske županije tijekom 2020. godine najviše upita je bila za izdvojene kuće za odmor i obiteljska gospodarstva u ruralnom prostoru. U ruralnim destinacijama prevladava privatni smještaj, a ruralne destinacije su popularnije zbog bijega iz urbanih sredina gdje je teže održavati distancu.

Last minute smještaj postaje važan trend zbog poteškoća u planiranju odmora u neizvjesnim uvjetima. Očekuje se rast rezervacija smještaja manje od tjedan dana unaprijed. Pri tome će prednost u odabiru imati domaćini koji nude fleksibilnije uvjete otkazivanja smještaja. Gosti će radije birati smještaj gdje im se jamči povrat akontacije u slučaju iznenadne spriječenosti netom prije polaska na put.

Pored visoke neizvjesnosti u planiranju, potencijalni gosti imaju više vremena za istraživanje destinacija za posjetu zbog sve češćeg rada od kuće i potrebe za izborom sigurne i pristupačne destinacije. Čak 95% ispitanih u anketi „Rentalscaleup“-a je izjavilo da vrijeme u izolaciji krati planiranjem budućeg putovanja. U isto vrijeme očekuje se nastavak trenda otkrivanja domaćih destinacija te fokusiranje



destinacija na domaće turiste. Sve su popularnija kratka vikend putovanja u svojoj zemlji, obilazak parkova priroda, nacionalnih parkova te otkrivanje ruralnih sredina zanimljivog krajobraza i kulturne baštine. U slučaju Hrvatske to znači konačno veći interes za kontinentalne destinacije koje imaju obrnutu sezonalnost od destinacija na priobalju. Kad je riječ o stranim gostima, autodestinacije će imati prednost kao i tijekom 2020. godine, a kontinentalnim destinacijama i Osječko-baranjskoj županiji u fokusu će biti domaće tržište. Putovanja privatnim vozilima bit će najpopularnija, a stručnjaci predviđaju i veliki povratak putovanja željezničkim prijevozom.

Infografika ispod prikazuje rezultate ankete „Rentalscaleup“ - 47% posto ispitanih planira putovanja i to unutar svoje zemlje. Od toga će 43% posjetiti nova mjesta, a 50% će se vratiti u mjesta koja su im poznata i bliska. 46% ispitanih planira istražiti prirodna bogatstva svoje domovine.<sup>2</sup>

## Popularnost domaćih odredišta

Planirate li putovati i gdje?



izvor: Rentalscaleup.com



Očekuje se da će se više putovati tijekom čitave godine. Kod sezonskih putovanja, boravak će biti dulji, dok će tijekom godine, veliki udio zauzimati vikend putovanja u bliska odredišta. Posebnost je i sve češći rad od kuće, odnosno obavljanje posla on-line. To će dovesti do rasta broja digitalnih nomada koji sve češće biraju sigurne i manje napučene destinacije koje imaju potrebnu komunikacijsku infrastrukturu

<sup>2</sup> <https://www.cimerfraj.hr/ideje/trendovi-turizam-2021>



za rad, ugodno okruženje i zanimljivu dokoličarsku ponudu. U listopadu 2020. godine održana je konferencija na ovu temu u Dubrovniku čiji je zaključak bio da Hrvatska ima velik potencijal privlačenja ove rastuće ciljane skupine. Pozitivna iskustva stranih digitalnih nomada koji su boravili u Osijeku ukazuju da je i ovaj trend otvara prilike za privlačenje „novih gostiju“ u destinaciju.

Prema anketi koje je provela agencija BBDO prilikom izrade strategije za razvoj destinacije Srednjeg Dunava u 2018. godini, strani posjetitelji koji prvi put nakon obilaska Jadrana obiđu Slavoniju i Baranju – doživljavaju ovaj prostor vrlo autentičnim i zanimljivijim od očekivanoga. Kao i zadnjih nekoliko godina nastavlja se trend otkrivanja autentičnih destinacija, gdje je moguće doživjeti lokalno iskustvo u smislu načina života, od pripreme hrane, sudjelovanja u običajima, učenja novih vještina i slično. Putovanje više ne predstavlja trošak, već postaje ulaganje u samoga sebe.

Tijekom 2020. godini otkazana je većina grupnih putovanja, a taj se trend zbog sigurnosti nastavlja i u 2021. godini. Agencije koje su organizirale grupna putovanja, okrenut će se ka individualno krojenim turama koje će obuhvaćati manje skupine ljudi koje se međusobno poznaju.

Spoznaja o nužnosti očuvanja okoliša postala je jedna od osnovnih društvenih vrijednosti. Zeleni trend razvija se prema održivosti kao postulatu življenja, pa se tako odluka o kupnji, posebice izbor turističke destinacije, sve više temelji na ekološkoj prihvatljivosti turističkog proizvoda. Nastavit će se trend kupovanja hrane i suvenira od malih lokalnih proizvođača i angažirani pristup turizmu s naglaskom na doprinos lokalnoj ekonomiji i čuvanju okoliša.

Tijekom 2020. godine otvoreni prostori koji nude aktivnost bili su vrlo popularni, a taj trend nastavlja se i u 2021. godini zbog potrebe za boravak u sigurnom vanjskom prostoru koji nude proizvode aktivnog turizma. Najmanji pad tijekom 2020. godine stoga bilježe upravo kamp odredišta na razini EU.

Ulaganja u pametni turizam postaju ključ za konkurentnost destinacije koja koristi suvremene informatičke alate za poboljšavanje iskustva turista. U 2021. godini najveća prednost pametnog turizma pred uobičajenim turističkim praksama bit će brza dostupnost svih relevantnih informacija koje su turistima neophodne za sigurno putovanje i boravak u destinaciji. Pri tome će širu primjenu doživjeti komunikacija koja reducira socijalne kontakte, a pruža trenutne i relevantne informacije.

I konačno rast želje i potrebe za putovanjem - „Rentalscaleup“ u rezultatima svog ovogodišnjeg istraživanja navodi da je potreba za putovanjem rasla sa ograničavanjem slobode kretanja – za vrijeme „lockdown-a“ 42% ispitanika navelo je da ima plan putovati u 2021. godine više kako bi nadoknadili 2020. godinu, a 40% njih planira realizirati otkazana putovanje.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <https://www.rentalscaleup.com/travel-trends-2021-post-covid-19/>



## 2. TURIZAM NA PODRUČJU OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE I OCJENA TRŽIŠNIH TRENDOVA

Osječko-baranjska županija te Slavonija i Baranja kao šira destinacija nalazi se u neposrednoj blizini važnih domaćih i inozemnih turističkih emitivnih tržišta, a graniči s turistički vrlo atraktivnim prekograničnim područjem u Mađarskoj i Srbiji. Destinacija je lako dostupna, sa sve većom ponudom usluge smještaja, u smislu vrste i kvalitete. Osijek kao najveći grad u Slavoniji i drugi u kontinentalnoj Hrvatskoj ima i zračnu luku, a uz Zagreb je i jedini hrvatski grad koji koristi tramvaje u javnom gradskom prijevozu. Destinacija je to koja tek treba biti otkrivena, puna jedinstvenih prirodnih i kulturnih atrakcija, kao i raznolikih i očuvanih krajobraza. Netaknuta priroda, brojni kulturno-povijesni spomenici i bogatstvo gastronomske ponude te velik broj povijesnih vinarija kao raritet, čine je zanimljivim odredištem turista željnih istinskog odmora i malo mirnijeg ritma. Mjesto je to koje karakterizira široki pojas prirodnih zelenih površina i prirodnih riječnih krajobraza, velika lovišta, raznolikost prirodnih krajobraza uključujući rijeke, ravnice i brda. Važan resurs destinacije je još uvijek autentičan ruralni stil života vidljiv u tradicionalnim narodnim proslavama, gastronomiji, obrtima, odjeći, arhitekturi, kao i doček toplih, srdačnih, jednostavnih i tradicionalno gostoljubivih domaćina. Županija je poznata po gastronomiji i „kulturi obilja stola“, a njen položaj i reljef čine je „srcem Slavonije i Baranje“ što se ogleda i u vizualnom identitetu Turističke zajednice Osječko-baranjske županije te novoj brand platformi „HeadOnEast Croatia“.

Osječko-baranjska županija posjeduje potencijal za razvoj složenog i snažnog portfelja turističkih proizvoda kroz daljnji razvoj svojih postojećih proizvoda, širenje svojih ciljanih tržišnih segmenata i, u konačnici, kroz razvoj novih proizvoda. Turistički proizvodi s potencijalom da postanu primarni proizvodi Županije uključuju "seoski turizam", "vinski i gastro turizam", "cikloturizam", "lov i robolov", "ekoturizam", "promatranje ptica", "kulturni turizam", "zdravlje i wellness" te "poslovni turizam". Iako je "lov", koji je privlačan jednoj tržišnoj niši, renomirani proizvod s međunarodnom klijentelom, a mreža biciklističkih staza već je povezana s nacionalnim i međunarodnim rutama, bit će potrebno dodatno razvijati druge proizvode kako bi se ostvario njihov pun potencijal. To podrazumijeva širok opseg djelovanja kojim će se, primjerice, povećati atraktivnost i nadograditi usluge dostupne posjetiteljima u županijskim vinogorjima ili u Osijeku kao potencijalnoj budućoj najvažnijoj destinaciji za sklapanje poslova i susrete u Županiji i široj regiji, ili u Bizovačkim toplicama kao još jednom potencijalnom budućem regionalnom zdravstvenom centru i centru za "zdravu zabavu".<sup>4</sup> Kad je riječ o stanju turističke suprastrukture, važno je napomenuti da su ulaganju u smještajne kapacitete na razini županije u zadnjih pet godina ozbiljno podigla razinu konkurentnosti ponude kroz mogućnost primanja većih grupa, kao prateću kvalitetu. Ukupan broj ležaja danas iznosi 4869 kreveta u 462 objekta. Ugostiteljska ponuda također je doživjela diferenciranost kroz otvaranje niza objekata koji svoju ponudu temelje na bogatoj enogastronomskoj tradiciji. Tako na području županije djeluje nekoliko relevantnih restorana koji su postali i motiv dolaska dijela posjetitelja.

Kad je riječ o turističkoj ponudi na području vrijedna četiri vinogorja (Baranja, Erdut, Feričanci/Našice, Đakovo), može se zaključiti da je kvaliteta vina visoka, no ponuda vezana uz vinski turizam još vrlo neorganizirana. Iako postoji sustav turističkih i vinskih cesta, isti još nije dosegao svoj puni

---

<sup>4</sup> Analiza stanja turizma Osječko-baranjske županije, TZ OBŽ, 2016.



potencijal zbog neorganiziranosti i/ili nedovoljnog interesa vinara za ovaj segment djelatnosti. To se doduše sve više mijenja kroz organizaciju vinsko-turističkih manifestacija na području cijele županije, od kojih pojedine imaju velik potencijal rasta koji se može ostvariti kroz ciljano oglašavanje na širem tržištu (nacionalna ili regionalna razina). Iako postoji velik broj manifestacija važno je diferencirati i tržišno vrednovati one s turističkim potencijalom u smislu povećanja broja posjetitelja i/ili potencijalom komuniciranja željenog imidža destinacije na tržištu. Ujedno nužno je razlikovati manifestacije koju pretežno važne za zajednicu od onih koje jesu ili nose potencijal turističkog proizvoda. Kreativna i komunikacijska rješenja koja intrigiraju i skreću pažnju na sebe tako da se diferenciraju od većine promotivnih poruka put su za jačanje vidljivosti napora koji se ulažu u razvoj destinacije.

Većina turističkih agencija koje posluju na području županije bave se emitivnim turizmom iz ekonomskih razloga. Postoji svega par agencija koje se bave razvojem receptivnog turizma te im je vrlo važno pružati javnu podršku u razvoju poslovanja. Razvoj atrakcijske osnove važan je trend u zadnjih nekoliko godina, a tu je važno istaknuti ulaganja Državne ergele Đakovo i Parka prirode Kopački rit, kao i ulaganja Hrvatskih voda u razvoj cikloturističkih ruta. Odgovarajući na nove društvene vrijednosti uvjetovane procesima globalizacije te pritiscima na okoliš, nezaobilazan trend i element ponude turističkih destinacija postaje "zelena praksa" i očuvanje prostora. Upravo se tu nalazi jedna od prilika za rast turističke ponude i potražnje na razini županije. Uvažavajući potencijal raspoložive turističke resursno-atrakcijske osnove, sve je veći interes potražnje za proizvodima od posebnog interesa na globalnoj razini kao i određen broj tržišno već spremnih turističkih proizvoda, osobito na području grada Osijeka, šireg prostora Baranje (općine Kneževi Vinogradi i Bilje), ali i u općini Bizovac (revitaliziranje termi), stoga se može reći da postoje prilično dobri preduvjeti za nastavak već uočljivog procesa dinamiziranja turističke aktivnosti na cijelom županijskom području.

## **2.1 Turistička resursno-atrakcijska osnova na području Županije**

Najvažnije pojedinačne antropogene atrakcije u Županiji odnose se na dva najveća grada Osijek i Đakovo. U Osijeku, osim Tvrđe kao okosnice kulturnog turizma Županije, pozornost privlači i središte grada oko Trga Ante Starčevića i Zimske luke s katedralom Svetog Petra i Pavla, brojne secesijske palače na potezu od središta grada prema Tvrđi te atraktivni pješački viseći most preko Drave. Kao najveći grad Slavonije, Osijek raspolaže i najbogatijom muzejskom postavom smještenom u Muzeju Slavonije u Tvrđi, u kojoj se posebno izdvaja arheološka zbirka.

U Đakovu, osim katedrale Svetog Petra kao najmonumentalnije sakralne građevine u cijeloj Slavoniji i ergele lipicanaca pozornost privlači i slikovita urbana jezgra, na čijem se rubu nalazi i jedinstvena crkva Svih Svetih izgrađena na mjestu nekadašnje džamije, te postava Dijecezanskog muzeja Đakovačke biskupije i muzeja Josipa Jurja Strossmayera.

Objektima kulturne baštine nacionalnog značaja raspolažu i drugi dijelovi Županije. To se posebice odnosi na gradove Valpovo i Našice u čijim se središtima nalaze atraktivni dvorci Prandau Normann odnosno Pejačević. Unutar ovih dvoraca smještene su postave gradskih muzeja Valpova i Našica, u kojem je uređena posebna soba posvećena najvećoj hrvatskoj skladateljici klasične glazbe Dori Pejačević. Donji





Miholjac ima jedinstveni dvorac engleskog stila u kojem je smještena gradska uprava, dok se u dvorcu Tikveš u Parku prirode Kopački rit nalazi Europski centar za okoliš. Od sakralnih objekata nacionalni značaj imaju i crkva Sv. Antuna Padovanskog s franjevačkim samostanom u Našicama te jedinstvena Crkva Gospe od utočišta u glavnom slavonskom svetištu Aljmašu, izgrađena na mjestu znatno manje crkve srušene u Domovinskom ratu.

Nedaleko slikovitog Aljmaša na području vinorodne općine Erdut još su dvije atraktivne lokacije - mjesto Erdut s najvećom vinskom bačvom u uporabi na svijetu i slikovitom kulom na lesnim padinama iznad Dunava te Dalj neposredno uz Dunav s jedinstvenim muzejom posvećenom velikom srpskom znanstveniku Milutinu Milankoviću u njegovoj rodnoj kući.

Mnoštvo vrijednih antropogenih atrakcija nalazi se i u Baranji. Među njima se ističu očuvana etno cjelina pustara Zlatna Greda u kojoj je smješten eko centar Parka prirode Kopački rit, naselja Zmajevac i Suza s jedinstvenim vinskim podrumima izdubljenim u pijesku, vinski podrum u Kneževim Vinogradima, novoizgrađeni Etnološki centar Baranjske baštine u Belom Manastiru te Batina s monumentalnim spomenikom Crvenoj armiji i veličanstvenim vidikovcem iznad Dunava. Imajući u vidu mogućnost uključivanja Hrvatske u transgranični lokalitet UNESCO-a Granice Rimskog carstva (Limes), koji je za sada zaštićen samo u Velikoj Britaniji i Njemačkoj, veliki potencijal ima i trenutno neiskorištena antička rimska baština uz Dunav, osobito oko Zmajevca i Kneževih Vinograda u Baranji.

Uz Đakovačke vezove, kao uz Vinkovačke jeseni, najpoznatiju folklornu manifestaciju Slavonije te hodočašće za Veliku Gospu u Aljmašu kao središnje događanje vjerskog karaktera u Slavoniji najznačajnija manifestacija je Pannonian challenge, jedan od najvećih europskih festivala ekstremnih sportova. Ponuda manifestacija je izrazito visoka, a izdvajaju se sljedeće - Sajam antikviteta Osijek, WineO - međunarodni festival vina, delicija i ugodnog življenja, Dionizijev festival - Kazališni susret, Uskrsni gastro fest Đakovo, Proljetni vašar u Karancu, Craft Beer Festival Osijek, Đakovo Expo Zlatne ruke, Večer vina i umjetnosti, Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe, Panonski folkorni festival, Pannonian Challenge, Gator Fest i Wine&Walk Baranja, Reunited Festival Valpovo, Međunarodni etno susreti Bilje, Svjetski kup u gimnastici - Dobro World Cup, Feel Good Weekend Osijek, ReArt Festival, Đakovački vezovi, Osječko ljeto kulture, Miholjačko sijelo, Tarda Fest – Darda, Motorijada - Biker's Weekend Batina, Slama land Art, Zemlja bez granica, Ribarski dani, Fišijada Beli Manastir, Olimpijada starih sportova Brođanci, Arla fest Đakovo, Dani slavonske šume, Wine&Bike Tour Erdut, Memorijal Dore Pejačević, Green Room Valpovo, UFO - Urban Fest Osijek, Febire - Hrvatski festival biciklističke rekreacije, Vinski maraton, Festival Frankovke, CRO Race - međunarodna biciklistička utrka, Dani prvog hrvatskog piva, Belišćanska zlatna jesen, HeadOnEast Osijek, Čvarak Fest/Zimski vašar Karanac, adventske svečanosti (više lokaciji na razini županije), Obrtnički sajam Osijek, Salori Osijek, Motomobil Osijek, Dron Expo Osijek, KulenDayz, Akademija blata Karanac i Osječki proljetni/jesenski sajam. Kao za sada nedovoljno iskorištena i promovirana, ali potencijalno manifestacija vrhunskog značaja, ističe se Godišnji proljetni ophod Ljelja u Gorjanima, koji štiti UNESCO.

Na Osječko-baranjsku županiju odnose se i neke od najznačajnijih atrakcija Slavonije i Baranje koje se odnose na turističku infrastrukturu, što se u prvom redu odnosi na glavne lokalitete vezane uz konjički turizam, odnosno pastuharnu u Đakovu namijenjenu intenzivnijem turističkom korištenju i ergelu s



ograničenim pristupom turista u obližnjem Ivandvoru. U Županiji se nalaze i tri pristaništa za riječne kruzere - Batina i Aljmaš na Dunavu te Osijek na Dravi, a uz ove dvije velike rijeke prolaze i dvije međunarodne EuroVelo biciklističke rute - EuroVelo 6 uz Dunav i uz Dravu najdulja europska ruta EuroVelo 13 „Željezna zavjesa“. Osim dviju EuroVelo ruta kao najvažnijih, treba istaknuti i biciklističku rutu Panonski put mira od Osijeka do Sombora paralelno uz Dunavsku rutu, a od pješačkih poučnih staza Našičku geološku stazu i Poučnu stazu Značajnog krajobraza Erdut.

Uz to se u Županiji nalaze i Bizovačke toplice kao glavno lječilišno odredište i uređeno kupalište na cijelom istoku Hrvatske te kupalište Copacabana ili 'Kopika' na Dravi kao najpoznatije riječno kupalište u cijeloj Hrvatskoj, povezano sa središtem Osijeka atraktivnim pješačkim visokim mostom, dok je u Baranji sve poznatija plaža u Dražu na Starom Dunavu.

U atrakcije nacionalnog značaja spada i lovište Podunavlje-Podravlje u Parku prirode 'Kopački rit,' kao jedno od najpoznatijih hrvatskih lovišta, čuveno po jelenskoj divljači. Uz navedene atrakcije međunarodnog i nacionalnog značaja u Osječko-baranjskoj županiji postoji cijeli niz drugih atrakcija regionalnog i lokalnog značaja. Od prirodnih atrakcija treba istaknuti šumovite gore Krndiju i Dilj na zapadu Županije te brojne lokalitete pogodne za ribolov i rekreaciju, kojih osim uz Dunav i Dravu, ima i uz manje rijeke poput Vuke i Karašice te uz više jezera i ribnjaka. Među jezerima popularnim kao izletišta za ribiče pa i kupače ističu se najveće slavonsko jezero Borovik na podnožju Krndije, Šećeransko jezero kod Belog Manastira, Đola kod Darde, Lapovac kod Našica i Jošava kod Đakova. U ribičke lokalitete spadaju i ribnjaci kod Našičke Breznice i Donjeg Miholjca, u čijoj blizini se nalazi ornitološki rezervat Podpanj poznat kao obitavalište ptica. Osim Baranjskog i Erdutskog u županiji postoje još dva slikovita vinogorja Feričanačko i Đakovačko, a u Markovcu kod Našica mali privatni zoološki vrt.

Osječko-baranjska županija usto raspolaže s čak 12 od ukupno 22 zaštićena parka u Slavoniji, među kojima su najprivlačniji Park kralja Petra Krešimira i Perivoj kralja Tomislava u Osijeku, parkovi oko dvoraca u Valpovu, Donjem Miholjcu i Našicama i te Perivoj Josipa Jurja Strossmayera u Đakovu.



## 2.2. Turistički proizvodni portfelj Osječko-baranjske županije

Uvažavajući posebice kvalitetu i raznovrsnost, kako prirodne, tako i kulturno-povijesne, resursno atrakcijske osnove na području Osječko-baranjske županije, može se zaključiti da se radi o prostoru prirodno predisponiranom za razvoj većeg broja turističkih proizvoda, osobito u sferi turizma posebnih interesa. Riječ je o izuzetno propulzivnoj tržišnoj niši koja omogućava osmišljavanje, a potom i tržišnu komercijalizaciju cijelog spektra tematiziranih turističkih doživljaja tijekom cijele godine. Proizvodni portfelj strukturiran je na način da različitim kategorijama potrošača pruža raznovrsne mogućnosti i sadržaje. Treba ga razvijati na način da udovoljava kriterijima konkurentne kvalitete, to jest da brine o očekivanjima gostiju, a istovremeno i o očuvanju premisa izvornosti i održivosti područja:

Portfelj turističkog proizvoda destinacije	
▪ Ruralni turizam	▪ Promatranje ptica i životinja
▪ Planinarenje i pješčačenje	▪ Ekoturizam
▪ Biciklizam	▪ Kulturni turizam
▪ Ribolov	▪ Zdravlje i wellness
▪ Lov	▪ Vinski turizam
▪ Sportovi na vodi	▪ Riječno krstarenje
▪ Konjički turizam	▪ Poslovni turizam

## 2.3. Stanje u turizmu na području Osječko-baranjske županije

Tablica 1. prikazuje podatke o ukupnom broju noćenja u razdoblju od 2016. do 2019. godine, gdje se jasno vidi turistički rast u zadnje četiri godine.

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

Prema podacima iz 2019. godine u ukupnoj strukturi noćenja, 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%. 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. 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%). 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%.



Prema podacima eVisitora na području Osječko-baranjske županije od 1. siječnja do 30. studenog 2020. u OBŽ je ostvareno 113.389 noćenja što je pad od 48,4% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine uzrokovan pandemijom bolesti uzrokovane virusom COVID-19. Noćenja domaćih gostiju pala su 42,0% dok stranih gostiju 57,4%. Trećina noćenja ostvarena je u hotelima, zatim slijede objekti u domaćinstvu (29,4%) te ostali ugostiteljski smještaj (9,6%). Vodeća mikrodestinacija je grad Osijek, što je i logično jer je riječ o regionalnom središtu s najvećom razinom turističke, kulturne i društvene infrastrukture. Nakon Osijeka slijedi Bizovac koji je u doba pandemije uspio održati 88,5% noćenja od prošle godine te je time došao na drugo mjesto u županiji. Zatim slijede Bilje, Đakovo i Baranja čiji pad je bio osjetniji, između 40 i 50% u odnosu na prošlu godinu. Našice, Valpovo i Donji Miholjac pali su između 35 i 25% dok manje turističke zajednice Draž 20%, Erdut 45%, a jedino je poraslo Belišće 60%, iako s najmanje ukupno ostvarenih noćenja.

Krajem 2019. OBŽ je bila 4 od 14 kontinentalnih županija po ostvarenim dolascima i noćenjima. OBŽ je na domaćem tržištu sve više prepoznata kao destinacija kvalitetne i raznolike ponude, dok na stranim tržištima treba napraviti veće iskorake za koja su potrebna puno veća ulaganja u promociju. Posebno treba napraviti iskorake u regiji, odnosno susjednim zemljama (Mađarska, Srbija, BiH).

U Osječko-baranjskoj županiji uz TZ Osječko-baranjske županije djeluju još šest gradskih Turističkih zajednica, TZ grada Osijeka, TZ grada Valpova, TZ grada Donjeg Miholjca, TZ grada Đakova, TZ grada Našica, TZ grada Belišća, četiri općinske - TZ općine Bilje, TZ općine Bizovac, TZ općine Draž i TZ općine Erdut te Turistička zajednica Baranje. Na području Županije posluje oko 20 turističkih agencija. Iako je velik dio orijentiran na emitivno poslovanje, sve više jača i ponuda turističkih aranžmana koji organiziraju odmor ili izlet u Osijeku i Osječko-baranjskoj županiji (i području Hrvatskog Podunavlja). Riječ je o tematskim putovanjima ili izletima koji uključuju obilazak Osijeka, Đakova, Baranje s PP Kopački rit, obilazak vinograda, Erduta, Aljmaša, Vukovara i Iloka.

### **3. STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE**

Među županijama koje prednjače po broju posjetitelja u kontinentalnom dijelu Hrvatske je Osječko-baranjska županija. Turizam, koji nije tradicionalna grana ove županije, prepoznat je kao jedan od pravaca kulturnog i gospodarskog razvoja upravo zbog njegove komplementarnosti sa sektorom proizvodnje hrane kao i zbog promjena trendova na globalnom turističkom tržištu. Osječko-baranjska županija će u 2021. godini dijeliti istu problematiku kao i većina destinacija u odnosu na daljnji razvoj situacije vezan uz pandemiju bolesti uzrokovane COVID-19 virusom. Stoga će ključno tržište destinacije za 2021. godinu je domaće tržište, nakon kojeg slijedi Njemačka te zemlje u okruženju s naglaskom na susjednu Mađarsku no priliv gostiju s tih tržišta ovisit će o ograničenju međunarodnih kretanja.

#### **3.1. Strateški ciljevi Turističke zajednice Osječko-baranjske županije:**

- povećanje ukupne konkurentnosti destinacije na ciljanim tržištima
- unaprijeđenje sustava upravljanja destinacijom
- stvaranje konkurentnih i diferenciranih turističkih proizvoda
- razvijanje znanja i vještina ljudskih kapaciteta u turizmu
- povećanje prihoda od turizma



### 3.2. Operativni/kratkoročni i srednjoročni ciljevi za 2021. godinu:

- jačanje i daljnji razvoj privlačnog imidža destinacije: daljnji razvoj standarda i komuniciranje krovnog branda destinacije Slavonije i Baranje - HeadOnEast Croatia i branda Slavonija
- razvoj sustava za upravljanje destinacijom kroz ICT rješenja
- povećanje vidljivosti destinacije na domaćem tržištu i tržištu zemalja u okruženju za 20%
- povećanje broja registriranih noćenja u registriranim smještajnim kapacitetima za 15% u odnosu na 2020. godinu
- povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za 10% u odnosu na 2020. godinu
- povećanje broja posjetitelja službenih kanala komunikacije za 30% u odnosu na 2020. godinu

Prijedlog programskih usmjerenja i prijedlog programa rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2021. godinu izrađen je u skladu s odrednicama strateških dokumenata:

- Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. - 2020. (do donošenja novog nacionalnog Plana)
- Master planom razvoja turizma Osječko-baranjske županije (ciljevi postavljeni do 2025. g.)
- Strateškim marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025. g.
- Strateškim marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. g.

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 tijekom 2019. godine.

Iako su tijekom 2020. godine na snagu stupili novi zakoni vezani uz djelovanje turističkih zajednica, Pravilnici za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent te Fond za udružene turističke zajednice kao dva ključna izvora financiranja za sustav turističkih zajednica, nisu usvojena do kraja 2020. godine, stoga je i planiranje rada i financiranje planiranih aktivnosti dodatno otežano, pored utjecaja „korona krize“ na sektor. Novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma podijelio je zadaće u ključne skupine: strateško planiranje i razvoj, upravljanje sustavom turizma, informacije i istraživanja i marketing.



#### 4. KLJUČNI PROJEKTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE U 2021. GODINI

##### 4.1. Razvoj brand platforme destinacije – HeadOnEast Croatia

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 će se nastaviti razvijati i tijekom 2021. godine. Tijekom 2020. godine kroz razvoj branda započeo je proces **standardizacije vizualnih komunikacija** na razini pojedinih turističkih proizvoda, mikrodestinacija, događanja i komunikacijskih kanala kojima upravlja TZ OBŽ, koji će se nastaviti i u 2021. godini. Sva komunikacija provodit će se i dalje uz isticanje Slavonije i Baranje kao destinacije iza branda. Brand platforma koja komunicira hedonizam kao iskustvo koje nudi Slavonija i Baranja nastala je kao odgovor na potrebu pozicioniranja destinacije na karti Hrvatske kao vrijednog turističkog branda i diferenciranja u odnosu na susjednu Sloveniju i Slovačku. Atraktivan vizual komunicira svo bogatstvo boja, okusa, mirisa i sadržaja kojeg prostor nudi.





#### **4.2. Razvoj „loyalty“ programa destinacije u okviru platforme HeadOnEast Croatia**

Ovisno o financijskim mogućnostima tijekom 2021. godina TZ OBŽ planirati razviti „loyalty“ program destinacije radnog naziva „**HeadOnEast Croatia putovnica**“ kao sustav promocije, nagrađivanja i poticanja ponovne posjete destinaciji. Projekt je dio aktivnosti razvoja HeadOnEast Croatia brand platforme čiji je krajnji cilj uspostava sustava za upravljanje destinacijom. Kako bi upravljanje loyalty programom bilo što učinkovitije planirana je suradnja u upravljanju sustavom s jednom od „incoming“ DMK/turističkih agencija.

#### **4.3. Promocija destinacije – HeadOnEast Croatia, Visit Slavonija Baranja i brand Slavonija**

TZ OBŽ nastaviti će aktivnosti promocije destinacije uz komunikaciju ključnih brandova – **HeadOnEast Croatia, Visit Slavonia Baranja i Slavonija**. Najveći dio ulaganja odnosit će na on-line oglašavanje, potom na oglašavanje u tisku, radiju te vanjskom prostoru. Prateći trendove u komuniciranju i promociji destinacija, TZ OBŽ će nastaviti surađivati s utjecajnim pojedincima, gdje se utjecaj definira kroz vidljivost na društvenim mrežama i medijskom prostoru. Prema novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma TZ OBŽ je kao Regionalna turistička zajednica zadužena za aktivnosti brandiranja i promocije destinacije te tu vrstu aktivnosti koordinira u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama. Slijedom toga krajem 2020. godine realizirani su prijedlozi ključnih vizuala mikrodestinacija u okviru vizualnog standarda HeadOnEast Croatia. TZ OBŽ je također članica **Klastera Slavonija** – neformalnog udruženja pet slavonski županijskih turističkih zajednica. U okviru ove grupe aktivnosti planiran je daljnji razvoj branda Slavonija u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju kao destinaciju.

#### **4.4. Provedba projekta Wine Tour Across Borders, EU Interreg program suradnje Mađarska-Hrvatska**

TZ OBŽ sudjeluje kao partner na EU projektu „Wine Tour Across Borders“/ „**Vinski turizam bez granica – jedinstvena vinsko-turistička destinacija**“, čija provedba traje od 1.7.2020. do 30.6.2022. Riječ je o projektu čiji je nositelj Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu, a partneri su Turistička zajednica Osječko-baranjske županije i neprofitna tvrtka vinara iz mađarskog Villanya "Tenkes Nonprofit Kft". Projekt se bavi razvojem vinskog i gastronomskog turizma na području dijela hrvatskog Podunavlja te dijela mađarske Baranje kao i pozicioniranjem destinacije na vinskom i turističkom tržištu. Ukupna vrijednost projekta iznosi 399.969,12 €, a tijekom 24 mjeseca provedbe planirane su sljedeće aktivnosti: stvaranje baze podataka o vinsko-turističkoj ponudi u prekograničnom području te izrada mobilne aplikacije za vinsko-turističko ponudu na razini prekogranične vinske destinacije, edukacije na temu stvaranja vinsko-turističkog proizvoda, zajedničko studijsko putovanje za vinare u Austriju na temu vinskog turizma, organizacija međunarodne konferencije na temu graševine i razvoja vinskog turizma u Osijeku (uz obilazak Baranje i Erduta), izrada specifikacija za zaštitu geografskog porijekla graševine za Slavoniju i Podunavlje, organizacija međunarodne konferencije na temu cabernet franca i razvoja vinskog turizma u Villanyu, nabavka 2 pokretne promotivne vinske kušaoalice i organizacija promotivnih mobilnih degustacija (jedna za mađarsku stranu, jedna za hrvatsku), izrada turističkih promotivnih materijala (brošura, video, društvene mreže), zakup oglasnog prostora u prekograničnoj regiji za promociju vinsko-turističkih događanja (Večer vina i umjetnosti, WineOs, Vinski maraton, Gator fest, HeadOnEast,



TOP25/Bor, mámor Pécs, Vincéról-Vincére i Ördögkatlan), prezentacija zajedničke vinsko-turističke ponude na specijaliziranim sajmovima u Budimpešti, Zagrebu, Beogradu, Beču, Sarajevu i Dusseldorfu i organizacija posjete za novinare, turističke agencije i kupce vina te suorganizacija vinsko-turističkih događaja s dvije strane granice te organizacija umjetničke kolonije u Baranji i Erdutu koja se oslanja na vino.

#### **4.5. Provedba projekta Minorities as Bridges between Societies, EU Interreg program suradnje Mađarska-Hrvatska**

TZ OBŽ nositelj je EU projekta „Minorities as Bridges“/ „**Manjine kao mostovi između zajednica**“, čija provedba traje od 1.9.2020. do 31.12.2021. Partneri su Hrvatska samouprava iz Pečuha koja predstavlja hrvatsku manjinu u Mađarskoj, Zsolnay kulturna četvrt iz Pečuha i Demokratska zajednica Mađara Hrvatske. Kako je jedan od osnovnih izazova za jačanje turističkog tijeka između Mađarske i Hrvatske upravo **jezična barijera**, projekt ima za cilj povećanje tijeka informacija između medija i turističkog sektora u Osječko-baranjskoj županiji i Županiji Baranja, s naglaskom na promociju i informiranje o turističkim događanjima. Dvije manjinske zajednice upravo imaju ulogu biti jezični i društveni katalizatori u tom procesu. Jedan od glavnih ciljeva projekta je učiniti turističku ponudu vidljivijom kako na razini regije tako i šire upravo u suradnji s manjinskim zajednicama. Projekt se provodi ukupno 16 mjeseci, a njegova ukupna vrijednost iznosi 199.202,00 EUR. Neke od planiranih aktivnosti projekta uključuju: umrežavanje dionika u turizmu i civilnom sektoru s dvije strane granice kroz organizaciju okruglih stolova i „matchmakinga“ na temu suradnje medija, turističkih dionika, institucija, kulturnih ustanova i sl., izradu baze podataka medija, kulturnih ustanova i turističkih dionika u prekograničnom području te razvoj mobilne aplikacije za pregled turističkih događanja u prekograničnom području, uspostavu sustava podrške dionicima na terenu od strane manjinskih zajednica (razmjena informacija, povezivanje s partnerima s druge strane granice, prevođenje i sl.), su-organizaciju društvenih i kulturnih događanja – umjetničke kolonije, Ribarskih dana u Kopačevu, Paprika Festa u Lugu, Festivala svjetla u Zsolnay kulturnoj četvrti te suorganizacija 2 događaja hrvatske zajednice u Pečuhu te promociju turističkih događanja s dvije strane granice putem društvenih mreža, „billboard“ kampanja, izrade kalendara manifestacija i drugih promotivnih dvojezičnih materijala.

Na području susjedne Županije Baranya u Mađarskoj tijekom 2019. godine ostvareno oko 700.000 noćenja, dok je ta brojka u Osječko-baranjskoj županiji 233.000. To ukazuje na velik prostor za povećanje posjeta gostiju iz Mađarske kao i stranih gostiju koji borave u prekograničnom području. Na području hrvatske Baranje vidljiv je rast broja posjetitelja iz Mađarske u zadnjih nekoliko godina, što stvara potencijal za „preljevanje“ gostiju odnosno njihov produžen boravak na destinaciji. Cilj oba projekta je razvoj turističke ponude na prekograničnoj razini te povećanje vidljivosti ukupne destinacije na domaćim i stranim tržištima.

#### **4.6. Razvoj sustava upravljanja destinacijom**

Tijekom 2020. godine u koordinaciji TZ OBŽ sa sustavom lokalnih turističkih zajednica, dogovoren je inicijalni 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 Osijek 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. Povjerenstvo je dalo prethodno suglasnost za neformalno udruživanje na razini Baranje i Đakovštine.





TZ OBŽ planira tijekom 2021. godine operativno i savjetodavno pružiti podršku neformalnog udruženim turističkim zajednicama i JLS-ovima, posebno u aktivnostima koje se odnose na promociju i brendiranje u skladu sa svojim zadaćama. Kroz razvoj sustava „loyalty“ programa planiran je daljnji razvoj sustava upravljanja destinacijom u suradnji s područnom i lokalnim turističkim zajednicama. Suradnjom sa sustavom TZ na lokalnoj i regionalnoj razini, suradnjom sa strukovnim udruženjima unutar turističkog sektora TZ OBŽ će aktivno sudjelovati u kreiranju i provedbi kvalitetnih sadržaja turističke ponude destinacije. Plan je tijekom 2021. godine razvijati svojevrzne „klub proizvode“, koji okupljaju ključne dionike za razvoj pojedinog turističkog proizvoda – „gastro klub“, „klub aktivnog turizma“ te „vinski klub“ bit će prvi te vrste.

## **5. PLAN AKTIVNOSTI ZA 2021. GODINU**

### **5.1. PRIHODI**

**Planirana sredstva: 3.580.000,00 kn**

Prihodi su planirani u ukupnom iznosu od 3.580.000,00 kuna i detaljno su razrađeni u Prijedlogu programa rada – strukturi planiranja Turističke zajednice Osječko-baranjske županije koji je sastavni dio ovog Prijedloga programa rada.

#### **Izvorni prihodi**

**Planirana sredstva: 530.000,00 kn**

**Turistička pristojba: 130.000,00 kn**

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u 2021. godini u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i gospodarska i tržišna kretanja imajući u vidu i najave daljnjeg ograničenja slobode putovanja zbog pandemije bolesti uzrokovane virusom COVID-19 tijekom 2021. godine. Nastavno na isto planirano je neznatno smanjenje prihoda od turističke pristojbe za 3.5%-4% temeljeno na razini turističkog prometa u 2020. godini kao rezultat poslovanja za vrijeme „korona krize“.

**Turistička članarina: 400.000,00 kn**

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u 2021. godini u obzir su uzeta gospodarska i tržišna kretanja imajući u vidu i najave daljnjeg ograničenja poslovanja zbog pandemije bolesti uzrokovane virusom COVID-19 tijekom 2021. godine. Nastavno na isto planirano je veće smanjenje prihoda od turističke članarine na razini od 57% zbog smanjenja ukupnih prihoda koje će obveznici iskazati u financijskim izvješćima za 2020. godine zbog smanjenja obujma ekonomskih aktivnosti u 2020. godini što će rezultirati smanjenom vrijednosti predujma za turističku članarinu. Također smanjenje izvornih prihoda je planirano slijedom Odluke Vlade RH o smanjenju parafiskalnih nameta koja obuhvaća i plan smanjenja 12% turističke članarine.



**Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna:**

**Planirana sredstva: 1.500.000,00 kn**

Planirano je povećanje prihoda od Osječko-baranjske županije u odnosu na utrošena sredstva tijekom 2020. godine (10%), ponajprije zbog povećeg obima posla koji se očekuje tijekom 2021. godine u odnosu na 2020. godinu zbog očekivane primjene antivirusnog cjepiva i smanjenja ograničenja koja se odnose na manifestacije i druge aktivnosti koje će se realizirati u suradnji s Osječko-baranjskom županijom.

**Prihodi od sustava turističkih zajednica:**

**Planirana sredstva: 1.000.000,00 kn**

Očekuje se povećanje prihoda koji se odnose na sustav turističkih zajednica, konkretno sredstva plasirana kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fond za udružene turističke zajednice. Očekuje se priljev sredstava prikupljenja tijekom 2020. i 2021. godine na osnovi vezanih Uredbi i Pravilnika. Tijekom 2020. godine nisu dodjeljena sredstva prikupljena kroz dva fonda tijekom 2020. godine.

**Prihodi iz EU fondova:**

**Planirana sredstva: 305.000,00 kn**

Očekuje se i prihod od EU projekata financiranih kroz Program prekogranične suradnje Mađarska-Hrvatska 2014.-2020., jer se u 2021. godini očekuje povrat dijela utrošenih sredstava. Pored očekuje se prihod za nastavak održivost projekta Wine Tour IPA IIIC za rad informatora u vinotekama u Osijeku, Zmajevcu, Drenju i Feričancima.

**Preneseni prihodi iz prethodne godine:**

**Planirana sredstva: 230.000,00 kn**

Planiran je i prijenos prihoda iz 2020. godine koji će se iskoristiti za predfinanciranje dijela troškova EU projekata koji su u fazi provedbe tijekom 2021. godine.

**Ostali prihodi:**

**Planirana sredstva: 15.000,00 kn**

Planirana je minimalna razina potpore za dio manifestacija, projekata i prezentacija destinacije od strane partnerskih organizacija iz javnog i privatnog sektora.



## 5.2. AKTIVNOSTI

### 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Planirana sredstva: 60.000,00 kn

TZ OBŽ će nastaviti djelovati tijekom 2021. godine prema Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014.-2020. do donošenja novog nacionalnog Plana, 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. g.

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 će se nastaviti razvijati i tijekom 2021. godine. Tijekom 2020. godine kroz razvoj branda započeo je proces

standardizacije vizualnih komunikacija na razini pojedinih turističkih proizvoda, mikrodestinacija, događanja i komunikacijskih kanala kojima upravlja TZ OBŽ, koji će se nastaviti i u 2021. godini.

#### 1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata:

Planirana sredstva: 45.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

##### 1.1.1. Komunikacijska strategija i akcijski plan - HeadOnEast Croatia 2021. – brand platforma

*Opis i cilj aktivnosti:* TZ OBŽ će nastaviti razvijati destinacijsku brand platformu **HeadOnEast Croatia** kroz proces standardizacije komunikacija i aktivnosti promocije destinacije putem navedenog branda. Kako bi aktivnosti komunikacije bio što učinkovitije planira je izrada Komunikacijske strategije i akcijskog plana za 2021. godine u suradnji s vanjskim partnerima. Komunikacijska strategija uključivat će ciljeve komunikacije, definiranje ciljanih tržišnih segmenata, komunikacijske taktike i kanale, definiranje kreativnog izričaja nastavno na postojeću komunikacijsku osnovu branda, komunikacijska dinamika i medija plan.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 45.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: ožujak 2021.

#### 1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Planirana sredstva: 15.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

##### 1.2.1 Loyalty program – analiza modela

*Opis i cilj aktivnosti:* tijekom 2021. godina TZ OBŽ će razvijati „**loyalty**“ program destinacije radnog naziva „**HeadOnEast Croatia putovnica**“ kao sustav promocije, nagrađivanja i poticanja ponovne posjete destinaciji. Projekt je dio aktivnosti razvoja HeadOnEast Croatia brand platforme čiji je krajnji cilj uspostava



sustava za upravljanje destinacijom te jačanje konkuretnosti iste. Kako bi upravljanje loyalty programom bilo što učinkovitije planirana je inicijalna analiza postojećih modela loyalty program u turizmu te izrada smjernica za izradu programa za područje Osječko-baranjske županije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2021.

## **2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**

**Planirana sredstva: 1.461.000,00 kn**

### 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

TZ OBŽ će tijekom cijele godine u okviru redovite djelatnosti analizirati stanje resursne osnove na osnovi koje će poticati daljnji razvoj i unapređenje turističkih proizvoda u suradnji s područnom i lokalnim turističkim zajednicama na području TZ OBŽ, Osječko-baranjskom županijom i drugim partnerima.

Planirana sredstva: 0,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, sustav turističkih zajednica na području RTZ-a

### 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

Planirana sredstva: 711.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu, Tenkes Nonprofit Kft Villany, Demokratska zajednica Mađara Hrvatske, Hrvatska samouprava Pečuh, Zsolnay kulturna četvrt, MINTS, Udruga Graševina Croatica

Grupa aktivnosti podrazumjeva uspostavu sustava kvalitete, utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije/regije, općenito dodjelu oznaka kvalitete u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom i lokalnim turističkim zajednicama, suradnju s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji te pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije.

#### 2.2.1. Razvoj sustava kvalitete proizvoda na razini destinacije

*Opis i cilj aktivnosti:* tijekom 2020. godine Upravni odjel za turizam, kulturu i sport Osječko-baranjske županije provodio je projekt Studija integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji Osječko-baranjske županije. Ovisno o financijskim mogućnostima tijekom 2021. i 2022. godine plan TZ OBŽ je pokušati povezati rezultate ovog projekta s HeadOnEast brand platformom. Srednjoročni plan 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 tijekom iduće dvije godine, ukoliko se to pokaže tržišno opravdanim, sustav kvalitete pod istim brandom i skraćenim nazivom **HQ** –



**HeadOnEast Croatia Quality** odnosno **High Quality** u suradnji s Osječko-baranjskom županijom. Kroz ovu aktivnost planirana je izrada metodologije uvođenja standarda kvalitete pod navedenim brandom.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2021.

### 2.2.2. Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije

Planirana sredstva: 701.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu, Tenkes Nonprofit Kft Villany, Demokratska zajednica Mađara Hrvatske, Hrvatska samouprava Pečuh, Zsolnay kulturna četvrt, MINTS, Udruga Graševina Croatica

#### 2.2.2.1. Razvoj vinsko-turističkog proizvoda: Wine Tour Across Border - Interreg HUHR

*Opis i cilj aktivnosti:* TZ OBŽ sudjeluje kao partner na EU projektu „Wine Tour Across Borders“/ „**Vinski turizam bez granica – jedinstvena vinsko-turistička destinacija**“, čija provedba traje od 1.7.2020. do 30.6.2022. Riječ je o projektu čiji je nositelj Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu, a partneri su Turistička zajednica Osječko-baranjske županije i neprofitna tvrtka vinara iz mađarskog Villanya "Tenkes Nonprofit Kft". Projekt se bavi razvojem vinskog i gastronomskog turizma na području dijela hrvatskog Podunavlja te dijela mađarske Baranje kao pozicioniranjem destinacije na vinskom i turističkom tržištu. Ukupna vrijednost projekta iznosi 399.969,12 €, a tijekom 24 mjeseca provedbe planirane su sljedeće aktivnosti: stvaranje baze podataka o vinsko-turističkoj ponudi u prekograničnom području te izrada mobilne aplikacije za vinsko-turističko ponudu na razini prekogranične vinske destinacije, edukacije na temu stvaranja vinsko-turističkog proizvoda, zajedničko studijsko putovanje za vinare u Austriju na temu vinskog turizma, organizacija međunarodne konferencije na temu graševine i razvoja vinskog turizma u Osijeku (uz obilazak Baranje i Erduta), izrada specifikacija za zaštitu geografskog porijekla graševine za Slavoniju i Podunavlje, organizacija međunarodne konferencije na temu cabernet franca i razvoja vinskog turizma u Villanyu, nabavka 2 pokretne promotivne vinske kušaonice i organizacija promotivnih mobilnih degustacija (jedna za mađarsku stranu, jedna za hrvatsku), izrada turističkih promotivnih materijala (brošura, video, društvene mreže), zakup oglasnog prostora u prekograničnoj regiji za promociju vinsko-turističkih događanja (Večer vina i umjetnosti, WineOs, Vinski maraton, Gator fest, HeadOnEast, TOP25/Bor, mámor Pécs, Vincérő!-Vincére i Ördögkatlan), prezentacija zajedničke vinsko-turističke ponude na specijaliziranim sajmovima u Budimpešti, Zagrebu, Beogradu, Beču, Sarajevu i Dusseldorfu i organizacija posjete za novinare, turističke agencije i kupce vina te suorganizacija vinsko-turističkih događaja s dvije strane granice te organizacija umjetničke kolonije u Baranji i Erdutu koja se oslanja na vino.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu, Tenkes Nonprofit Kft Villany, MINTS, Udruga Graševina Croatica, JUŽRA OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 336.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2021.



#### 2.2.2.1.1. On-line ICT rješenje

*Opis i cilj aktivnosti:* Izrada online softverskog rješenja u svrhu promocije zajedničke vinske turističke ponude prekograničnog područja Hrvatske i Mađarske uz adaptiranje postojeće web stranice.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HAPIH, Tenkes Villany  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 58.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.1.2. Organizacija radionica

*Opis i cilj aktivnosti:* Organizacija šest radionica za turističke vodiče, proizvođače vina, zaposlenike u ugostiteljstvu s fokusom na prekograničnu ponudu s obje strane granice. Trošak uključuje najam prostora, honorar predavača te catering za 20 polaznika po radionici.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HAPIH, Tenkes Villany  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 35.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2021.

#### 2.2.2.1.3. Knjiga vizualnih standarda

*Opis i cilj aktivnosti:* Izrada prekogranične knjige standarda vinskog turizma koja je podloga za buduću izradu svih komunikacijskih i promocijskih materijala tijekom i nakon implementacije projekta. Preduvjet je budućeg tržišnog pozicioniranja zajedničke prekogranične regije Slavonije i Baranje/Baranye.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HAPIH, Tenkes Villany  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 54.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: ožujak 2021.

#### 2.2.2.1.4. Usluge fotografiranja

*Opis i cilj aktivnosti:* Usluga kupovine 150 prekograničnih vinskih fotografija s otkupom prava korištenja za promocijske materijale i prezentacije te printanje 20 fotografija u velikom formatu za foto izložbu.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HAPIH, Tenkes Villany  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 26.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.1.5. Izrada video materijala

*Opis i cilj aktivnosti:* Usluga izrade jednog prekograničnog vinskog videja koji će biti dio promocijske kampanje. Cijena uključuje troškove produkcije (prikupljanje informacija, snimanje u studiju i na terenu, uređivanje i montaža te 200 USB kopija s videom).

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HAPIH, Tenkes Villany  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 58.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.



#### 2.2.2.1.6. Zakup medijskog prostora

*Opis i cilj aktivnosti:* Usluga zakupa 20 pozicija za billboard postere (trošak printanja i najma lokacije) koji će biti promocijski alat za prekograničnu vinsku destinaciju, posebice za promociju 6 prekograničnih vinskih događanja.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 29.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2021.

#### 2.2.2.1.7. Organizacija Wine&Bike Tour Erduta

*Opis i cilj aktivnosti:* Trošak suorganizacije poznate vinsko turističkog manifestacije Wine&Bike Tour Erdut. 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. Trošak uključuje honorar i smještaj izvođača, najam glazbene opreme i uređenje prostora, organizaciju biciklističke utrke i predstave, svjetlosne efekte i dr.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 62.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2021.

#### 2.2.2.1.8. Troškovi putovanja

*Opis i cilj aktivnosti:* Članovi projektnog tima putovati će u Siklos na projektne sastanke, kao i na vinsko-turističke manifestacije u Mađarskoj te na planirane sajmove gdje će se predstaviti zajednička vinska prekogranična destinacija.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 14.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.2 Razvoj kulturno-turističkog proizvoda: Minorities as Bridges between Communities - Interreg HUIR

*Opis i cilj aktivnosti:* TZ OBŽ nositelj je EU projekta „Minorities as Bridges“/ „**Manjine kao mostovi između zajednica**“, čija provedba traje od 1.9.2020. do 31.12.2021. Partneri su Hrvatska samouprava iz Pečuha koja predstavlja hrvatsku manjinu u Mađarskoj, Zsolnay kulturna četvrt iz Pečuha i Demokratska zajednica Mađara Hrvatske. Kako je jedan od osnovnih izazova za jačanje turističkog tijeka između Mađarske i Hrvatske upravo **jezična barijera**, projekt ima za cilj povećanje tijeka informacija između medija i turističkog sektora u Osječko-baranjskoj županiji i Županiji Baranja, s naglaskom na promociju i informiranje o turističkim događanjima. Dvije manjinske zajednice upravo imaju ulogu biti jezični i



društveni katalizatori u tom procesu. Jedan od glavnih ciljeva projekta je učiniti turističku ponudu vidljivijom kako na razini regije tako i šire upravo u suradnji s manjinskim zajednicama. Projekt se provodi ukupno 16 mjeseci, a njegova ukupna vrijednost iznosi 199.202,00 EUR. Neke od planiranih aktivnosti projekta uključuju: umrežavanje dionika u turizmu i civilnom sektoru s dvije strane granice kroz organizaciju okruglih stolova i „matchmakinga“ na temu suradnje medija, turističkih dionika, institucija, kulturnih ustanova i sl., izradu baze podataka medija, kulturnih ustanova i turističkih dionika u prekograničnom području te razvoj mobilne aplikacije za pregled turističkih događanja u prekograničnom području, uspostavu sustava podrške dionicima na terenu od strane manjinskih zajednica (razmjena informacija, povezivanje s partnerima s druge strane granice, prevođenje i sl.), su-organizaciju društvenih i kulturnih događanja – umjetničke kolonije, Ribarskih dana u Kopačevu, Paprika Festa u Lugu, Festivala svjetla u Zsolnay kulturnoj četvrti te suorganizacija 2 događaja hrvatske zajednice u Pečuhu te promociju turističkih događanja s dvije strane granice putem društvenih mreža, „billboard“ kampanja, izrade kalendara manifestacija i drugih promotivnih dvojezičnih materijala

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Demokratska zajednica Mađara Hrvatske, Hrvatska samouprava Pečuh, Zsolnay kulturna četvrt, JUŽRA OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 365.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.2.1. Online ICT rješenje

*Opis i cilj aktivnosti:* Izrada online dvojezičnog (hrvatski i mađarski jezik) softverskog rješenja koje će uključivati sve turističke i društvene manifestacije u Osječko-baranjskoj županiji te Županiji Baranya (Mađarska).

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 88.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.2.2. Organizacija okruglih stolova

*Opis i cilj aktivnosti:* Organizacija dva okrugla stola (mediji; turizam) na temu uloge medija u razvoju i promociji turističke destinacije te uloga medija u povezivanju društava preko granice.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.2.3. Najam minibusa

*Opis i cilj aktivnosti:* Usluga najma minibusa za sudjelovanje na okruglim stolovima koji će organizirati u Pečuhu (Mađarska).

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.500,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.





#### 2.2.2.2.4. Usluge prijevoda

*Opis i cilj aktivnosti:* Usluge prijevoda (hrvatski-mađarski jezik) na okruglim stolovima koje će organizirati TZ OBŽ.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.500,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2021.

#### 2.2.2.2.5. Organizacija umjetničke kolonije Baranja-Erdut

*Opis i cilj aktivnosti:* Usluga osmišljavanja i organizacije nove manifestacije „Umjetnička kolonija“ Erdut i Baranja koja će okupiti barem 10 umjetnika s ciljem stvaranja umjetničkih djela koji će ostati na vinskim cestama. Troškovi se odnosi se na troškove sudjelovanja umjetnika, hrana, noćenje, materijal, troškovi putovanja te troškovi organizacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 88.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2021.

#### 2.2.2.2.6. Organizacija Večeri vina i umjetnosti

*Opis i cilj aktivnosti:* Organizacija najpoznatije osječke vinske manifestacije Večer vina i umjetnosti. Trošak će pokriti dio organizacije manifestacije koji uključuje promociju, svjetlosne efekte i najam glazbene opreme, zabavni program, transport te honorari glazbenika.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 37.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2021.

#### 2.2.2.2.7. Usluge fotografiranja

*Opis i cilj aktivnosti:* Trošak usluge fotografiranja društvenih događanja koji će se organizirati unutar CBC projekta.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 16.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.2.8. Izrada video materijala

*Opis i cilj aktivnosti:* Trošak izrade jednog promocijskog prekograničnog videja o kulturnoj baštini i turističkoj ponudi prekograničnog prostora koji će se koristiti za promociju i aktivnosti vidljivosti, 200 kopija.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 44.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.



#### 2.2.2.2.9. Zakup medijskog prostora

*Opis i cilj aktivnosti:* Zakup medijskog prostora za promociju Slavonije i Baranje u Mađarskoj odnosno manifestacija Večer vina i umjetnosti te Umjetnička kolonija Erdut-Baranja. Trošak se odnosi na zakup 15 jumbo postera u Mađarskoj te na 3 članka na mađarskim portalima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 39.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.2.10. Usluge dizajna

*Opis i cilj aktivnosti:* Usluga dizajniranja za online i offline promocijske materijale za događanje Večer vina i umjetnosti te Umjetnička kolonija Erdut-Baranja.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2021.

#### 2.2.2.2.11. Troškovi putovanja

*Opis i cilj aktivnosti:* Troškovi prijevoza projektnog tima na partnerske sastanke u Pečuh te sudjelovanje na manifestacijama i okruglim stolovima unutar projekta.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

#### 2.2.2.2.12. Zakup društvenih mreža

*Opis i cilj aktivnosti:* Promotivna kampanja društvenih i kulturnih događanja na društvenim mrežama za manifestacije organizirane unutar CBC projekta.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2021.

#### 2.2.2.3. Razvoj aktivnog turizma: Amazon of Europe / Amazing Amazon of Europe – EU Interreg Danube

*Opis i cilj aktivnosti:* 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 2021.godine TZ OBŽ će nastaviti pružati aktivnu podršku JU ŽRA Osječko-baranjske županije u provedbi projekata na području destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, JUŽRA OBŽ

Planirana sredstva: 0,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, sustav turističkih zajednica na području RTZ-a



### 2.3 Podrška razvoju turističkih događanja:

Planirana sredstva: 590.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

#### 2.3.1 Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ:

Planirana sredstva: 440.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

##### 2.3.1.1. HeadOnEast festival

*Opis i cilj aktivnosti:* HeadOnEast festival je najveća manifestacija koju organizira TZ OBŽ i na kojem se prezentira sve najbolje od turističke ponude Slavonije i Baranje, od prepoznatljivih manifestacija do enogastro i raznovrsne umjetničke ponude. Riječ o atraktivnom destinacijskom proizvodu – događaju s jednim od najvećih potencijala rasta na području Osječko-baranjske županije. Troškovi se odnose na: najam štandova, montaža bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorar i putni troškovi za izvođače, skulpture od slame, logistička podrška manifestaciji, troškovi uređenja prostora, medijsko pokroviteljstvo i radio oglašavanje, umjetničke instalacije, prijevoz štandova, čišćenje površina te organizacija pojedinih elemenata HeadOnEast-a.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 210.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2021.

##### 2.3.2.2 Panonski folklorni festival

*Opis i cilj aktivnosti:* tijekom 2021. godine planira se nastavak projekta Panonski folklorni festival uz redefiniranje koncepta događaja s većim naglaskom na povezivanje folklornih nastupa s tradicionalnom gastronomijom i zanatima. Planirana je nova lokacija festivala na lijevoj obali Drave. Troškovi se odnose na: najam štandova, montaža bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorar i putni troškovi za izvođače, logistička podrška manifestaciji, troškovi uređenja prostora i dr.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2021.

##### 2.3.2.3 Večer vina i umjetnosti

*Opis i cilj aktivnosti:* Turistička zajednica Osječko-baranjske županije tradicionalno organizira Večeri vina i umjetnosti, čija se realizacija planira tijekom 2021. godine tri puta: u svibnju, srpnju i listopadu. Program se odvija na novoj lokaciji, u dvorištu Stare pekare na Trgu Vatroslava Lisinskog u Tvrđi. Troškovi se odnose na: najam štandova, montaža bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorar i putni troškovi za izvođače, logistička podrška manifestaciji, troškovi uređenja prostora i dr.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ/MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj-listopad 2021.



#### 2.3.2.4 Gourmet Slavonija i Baranja

*Opis i cilj aktivnosti:* Gourmet Slavonija, Baranja i Srijem projekt je koji je pokrenut u 2018. godini kao novi turistički proizvod integriran na razini Osječko-baranjske i Vukovarsko-srijemske županije te je njegov daljnji razvoj planiran je u 2021. u suradnji s postojećim i novim partnerima, posebice s Udrugom kuhara i slastičara Osječko-baranjske županije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj-listopad 2021.

#### 2.3.2.5 Vinski mjesec OBŽ

*Opis i cilj aktivnosti:* Manifestacija pokrenuta 2020. godine s osnovnim ciljem pružanja dodatnog motiva za dolazak i promociju destinaciju kroz organiziranje „**disperzirane manifestacije**“ uslijed pandemije korona virusa kada su gotovo sva javna događanja otkazana zbog epidemioloških razloga. Manifestacija počiva na konceptu **četiri vinogorja – četiri vikenda vinskog hedonizma**. Dani otvorenih podruma održat će se po drugi put sustavno prema istom modelu na razini cijele Županije, u Baranji, Erdutu, Feričancima i Đakovu.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj-srpanj 2021.

#### 2.3.2 Potporna manifestacijama:

Planirana sredstva: 140.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ/MINTS

Planirano je sufinanciranje manifestacija od lokalnog i regionalnog značaja u ovisnosti o financijskim sredstvima na raspolaganju. Naime u prvoj polovici godine očekuje se izrada **Pravilnika za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent**, a u drugoj polovici godine objava vezanog natječaja iz kojeg bi se trebala sufinancirati ova stavka. Treba naglasiti da će lokalne turističke zajednice s nižim indeksom turističke nerazvijenosti (<http://www.iztg.hr/hr/itr/>) do kraja siječnja 2021. godine primiti sredstva “za nerazvijene” prema Uredbi čije se usvajanje očekuje tijekom prosinca. Uredba se odnosi na područnu i sve lokalne turističke zajednice na području OBŽ-a. Također će se doznačiti sredstva i za formalno i neformalno udružene turističke zajednice i JLS-ove koji su primili odobrenje za proces udruživanja, također do kraja siječnja 2021. godine. Sredstva za realizaciju obje Uredbe prikupljena su u ova dva Fonda kroz tijekom 2020. godine. U drugom dijelu 2021. godine bit će raspisani pozivi za oba Fonda u skladu s pravilnicima čije se usvajanje očekuje do lipnja prema neslužbenim informacijama iz Ministarstva turizma i sporta. Kad Pravilnici stave na snagu planirani sustav dodjele sredstava od RTZ prema LTZ sustavu tijekom 2021. godine, TZ OBŽ će u suradnji s Ministarstvom turizma i sporta i HTZ-om provesti decentralizirane i planirane javne natječaje za dodjelu potpora iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.



### 2.3.2.1 Regionalne i lokalne manifestacije

*Opis i cilj aktivnosti:* Planirano je sufinanciranje do petnaest manifestacija koje Turistička zajednica Osječko-baranjske županije planira poduprijeti u okviru planiranih 100.000,00 kuna, a uz pobrojane potpore, Turistička zajednica će sukladno odobrenim sredstvima kao i do sada podupirati manifestacije kroz oglašavanje, te kroz druge oblike sukladno mogućnostima. Turistička zajednica Osječko-baranjske županije ne daje klasične potpore nego financira određene programe i potrebe u okviru manifestacija. Početkom godine analizom će se utvrditi turistička relevantnost i potencijal postojećih i planiranih manifestacija te dati prijedlog sufinanciranja u suradnji s relevantnim tijelima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ/MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2021.

### 2.3.2.2 Nacionalne i međunarodne manifestacije

#### 2.3.2.2.1 Cro Race

*Opis i cilj aktivnosti:* Posebno su planirana sredstava u iznosu od 40.000,00 kn za realizaciju manifestacije Cro Race zbog značajne razine promocije destinacije na međunarodnoj razini te povećanja vidljivosti cikloturizma kao jednog od ključnih proizvoda destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2021.

### 2.3.2.3 Razvoj novih događanja

*Opis i cilj aktivnosti:* stavka je vezana uz pružanje podrške razvoju novih turističkih manifestacija relevantnih za Osječko-baranjsku županiju s ciljem razvoja konkurentnih turističkih proizvoda.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

## 2.4. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom - Wine Tour vinoteke – EU IPA IIIC održivost

*Opis i cilj aktivnosti:* TZ OBŽ nastavlja upravljati javnim vinotekama kao **javnom turističkom infrastrukturom** danom na upravljanje od strane Osječko-baranjske županije i partnera 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 sudjelovao kao projektni partner. Obaveza nositelja i partnera je osigurati održivost projekta sedam godina nakon zadnje isplate EU sredstava.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 160.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.



### 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE Planirana sredstva: 897.000,00 kn

#### 3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture:

Planirana sredstva: 37.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

##### 3.1.1. HeadOnEast Croatia brand platforma

*Opis i cilj aktivnosti:* **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 će se nastaviti razvijati i tijekom 2021. godine. Tijekom 2020. godine kroz razvoj brand započeo proces **standardizacije vizualnih komunikacija** na razini pojedinih turističkih proizvoda, mikrodestinacija, događanja i komunikacijskih kanala kojima upravlja TZ OBŽ, koji će se nastaviti i u 2021. godini. Svi komunikacijski elementi bit će sažeti u HeadOnEast Croatia - knjigu vizualnih standarda. Sva komunikacija provodit će se i dalje uz isticanje Slavonije i Baranje kao destinacije iza branda. Cilj aktivnosti je stvaranje konkurentne, ujednačene i suvremene komunikacijske platforme za promociju destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

##### 3.1.2. Brand Slavonija

*Opis i cilj aktivnosti:* TZ OBŽ je dio **Klastera Slavonija** – neformalnog udruženja pet slavonski županijskih turističkih zajednica. U okviru ove grupe aktivnosti planiran je daljnji razvoj branda Slavonija u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju kao destinaciju.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, Klaster Slavonija

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 7.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda:

Planirana sredstva: 550.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

*Opis i cilj aktivnosti:* kad je riječ o provođenju aktivnosti operativnog marketinga potrebno je istaknuti da „partnerski program“ RTZ-a i HTZ-a - **Udruženo oglašavanje** nije planiran u 2021. godini u Programu rada Hrvatske turističke zajednice. Stoga će se glavni dio „zamjenskih“ sredstava za udruženo oglašavanje destinacije crpiti iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent te Fonda za udružene turističke zajednice. Najveći dio ulaganja odnosi se na on-line oglašavanje, potom na oglašavanje u tisku, radiju te vanjskom prostoru. TZ OBŽ kao RTZ će tijekom 2021. godine koordinirati aktivnosti promocije i komunikacije na području svoje nadležnosti u skladu sa zadaćama regionalnih turističkih zajednica.



### 3.2.1. On-line oglašavanje

*Opis i cilj aktivnosti:* najučinkovitiji kanal komunikacije danas su on-line sustavi, stoga se 37% ukupno planiranog proračuna za oglašavanje destinacijskog branda odnosi na on-line oglašavanje. Stavka uključuje aktivnost na društvenim mrežama i drugim on-line portalima. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 180.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 3.2.1. On-line oglašavanje

Planirana sredstva: 210.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

##### 3.2.1.1. On-line oglašavanje

*Opis i cilj aktivnosti:* najučinkovitiji kanal komunikacije danas su on-line sustavi, stoga se 37% ukupno planiranog proračuna za oglašavanje destinacijskog branda odnosi na on-line oglašavanje. Stavka uključuje zakup oglasnog prostora na društvenim mrežama i drugim on-line portalima. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima. Uz javne kanale, TZ OBŽ će nastaviti kreirati sadržaje na vlastitim profilima na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube – Visit Slavonia Baranja).

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 180.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

##### 3.2.1.2. Upravljanje on-line oglašavanjem

*Opis i cilj aktivnosti:* stavka se odnosi na uslugu upravljanja društvenim mrežama u suradnji s TZ OBŽ.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 3.2.2. Off-line oglašavanje

Planirana sredstva: 310.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

*Opis i cilj aktivnosti:* unutar grupe aktivnosti planirano je opće oglašavanje destinacije kroz oglašavanje u tisku, TV i radio oglašavanje i vanjsko oglašavanje. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima. Nije planirano oglašavanje u promotivnim kampanjama privatnog sektora, jer „partnerski program“ RTZ-a i HTZ-a - Udruženo oglašavanje nije planiran u 2021. godini u Programu rada Hrvatske turističke zajednice.



### 3.2.2.2. Opće oglašavanje

Planirana sredstva: 310.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

#### 3.2.2.2.1. Oglašavanje u tisku

*Opis i cilj aktivnosti:* unutar grupe aktivnosti planirano je opće oglašavanje destinacije kroz oglašavanje u tisku. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 130.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 3.2.2.2.2. TV i radio oglašavanje

*Opis i cilj aktivnosti:* unutar grupe aktivnosti planirano je opće oglašavanje destinacije kroz oglašavanje putem TV-a i radija kao medijskih kanala. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 3.2.2.2.3. Vanjsko oglašavanje

*Opis i cilj aktivnosti:* unutar grupe aktivnosti planirano je opće oglašavanje destinacije kroz vanjsko oglašavanje. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 130.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.2.3. Produkcija oglasnih materijala (tisak, snimanje i sl.)

*Opis i cilj aktivnosti:* stavka se odnosi na produkciju oglasnih materijala za različite kanale komunikacije i promocije. Cilj aktivnosti je ujednačena promocija destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Planirana sredstva: 45.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ





### 3.3.1. HeadOnEast Croatia kampanja - ambasadori destinacije

*Opis i cilj aktivnosti:* prateći trendove u komuniciranju i promociji destinacija, TZ OBŽ će nastaviti surađivati s utjecajnim pojedincima, gdje se utjecaj definira kroz vidljivost na društvenim mrežama i medijskom prostor. Tijekom 2020. godine realiziran je prvi „influencerski hedonistički vikend“ s dva vanjska suradnika - Domagojem Jakopovićem Ribafishem i „lovcem“ Deanom Kotigom. Kampanje ove vrste nastavit će se promovirati putem svih medijskih kanala te društvenim mrežama. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.3.2. Studijska putovanja - novinari

*Opis i cilj aktivnosti:* posebno kvalitetan način promocije su studijska putovanja novinara i turoperatora. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, nastavit će se rad na ovom projektu i u 2021. godini. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz medijsko izvještavanje o destinaciji.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Planirana sredstva: 20.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija, OBŽ

TZ OBŽ će s **Klasterom Slavonija** nastaviti surađivati kroz projekte zajedničkih kampanja oglašavanja u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju od 2019. do 2025. godine. TZ OBŽ će sudjelovati 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 HTZ-a.

#### 3.4.1. Klaster Slavonija - projekti

*Opis i cilj aktivnosti:* TZ OBŽ će s **Klasterom Slavonija** nastaviti surađivati kroz projekte zajedničkih kampanja oglašavanja u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju od 2019. do 2025. godine. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ukupne destinacije „Slavonija“.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

Planirana sredstva: 40.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija, OBŽ



### 3.5.1. Samostalni nastupi i prezentacije

*Opis i cilj aktivnosti:* TZ OBŽ će u ovisnosti o globalnom epidemiološkom stanju i financijskim sredstvima na raspolaganju realizirati samostalne nastupe i prezentacije na ciljanim tržištima. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima te povezivanje s tour operatorima i turističkim agencijama.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.5.2. Nastupi u suradnji s Klasterom Slavonija i HTZ-om

*Opis i cilj aktivnosti:* TZ OBŽ će s **Klasterom Slavonija** nastaviti surađivati kroz projekte realizacije zajedničkih nastupa na sajmovima, posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama u ovisnosti o mogućnostima i modelima koje će ponuditi Hrvatska turistička zajednica. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima te povezivanje s tour operatorima i turističkim agencijama.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

## 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

Planirana sredstva: 50.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ

### 3.6.1. DMK - upravljanje Loyalty programom

*Opis i cilj aktivnosti:* ovisno o financijskim mogućnostima tijekom 2021. i 2022. godina TZ OBŽ planirati razviti „loyalty“ program destinacije radnog naziva „**HeadOnEast Croatia putovnica**“ kao sustav promocije, nagrađivanja i poticanja ponovne posjete destinaciji. Projekt je dio aktivnosti razvoja HeadOnEast Croatia brand platforme čiji je krajnji cilj uspostava sustava za upravljanje destinacijom. Kako bi upravljanje loyalty programom bilo što učinkovitije planirana je suradnja u upravljanju sustavom s jednom od „incoming“ DMK/turističkih agencija.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.6.2. Studijska putovanja – turističke agencije

*Opis i cilj aktivnosti:* posebno kvalitetan način promocije su studijska putovanja novinara i turoperatora. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, nastaviti će se rad na ovom projektu i u 2021.



godini. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz predstavljanje destinacije zainteresiranim turističkim agencijama i touroperatorima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

Planirana sredstva: 70.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ

#### 3.7.1. Priprema promotivnog materijala

*Opis i cilj aktivnosti:* tijekom prvog kvartala 2020. godine završena je izrada nove brošure destinacije pod nazivom HeadOnEast Croatia. U pripremnoj 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 i prateći prilozi će se tijekom 2021. godine ažurirati prema potrebi. Planira se i razvoj suvenira destinacije u okviru brand platforme, te izrada novih tekstova/materijala i prijevoda istih. Cilj aktivnosti je ujednačena komunikacija destinacije putem promotivnih materijala.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 3.7.2. Izrada promotivnog materijala

*Opis i cilj aktivnosti:* stavka se odnosi na dotisak promotivnih materijala i izradu novih. Cilj aktivnosti je ujednačena komunikacija destinacije putem promotivnih materijala.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 45.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.8. Internetske stranice:

Planirana sredstva: 55.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ

#### 3.8.1. Razvoj internet stranice

*Opis i cilj aktivnosti:* tijekom 2020. godine TZ OBŽ je razvijala u suradnji s vanjskim partnerima novu 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 u potpunosti usklađen s HeadOnEast Croatia vizualnim standardom. Nova internet stranica je dominantno proizvodno orijentirana i prilagođena zahtjevima korisnika ("user friendly"). Tijekom 2021. godine planirano je daljnje ulaganje u nove funkcije internet stranice te održavanje iste. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ukupne ponude destinacije putem suvremene internet stranice destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.8.2. Održavanje internet stranice

*Opis i cilj aktivnosti:* stavka se odnosi na redovito tehničko održavanje internet stranice. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ukupne ponude destinacije putem suvremene internet stranice destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka :

Planirana sredstva: 30.000,00 kn  
Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ

#### 3.9.1. Banka fotografija i pisanih materijala

*Opis i cilj aktivnosti:* sukladno mogućnostima, TZ OBŽ proizvodit će multimedijalne materijale, formirati vlastitu bazu podataka i stvarati vlastitu banku fotografija za potrebe pripreme u izdavaštvu. Odnosi se i na projekt Hrvatski digitalni turizam. Cilj aktivnosti je povećanje resursa za promociju ponude destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 3.9.2. Prijevodi

*Opis i cilj aktivnosti:* stavka se odnosi na potrebe prijevoda pisanih materijala za promociju putem različitih kanala. Odnosi se i na projekt Hrvatski digitalni turizam. Cilj aktivnosti je povećanje resursa za promociju ponude destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ  
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 kn  
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.



### 3.9.3. Izrada Kataloga dobavljača

*Opis i cilj aktivnosti:* izrada **Kataloga dobavljača** koji uključuje detaljne podatke o ponudi na razini Osječko-baranjske županije (od opisa do cijena), prijedloge itinerera, logističke informacije i dr. / namjenen prije svega turističkim agencijama i organizatorima kongresnih programa. Materijal će biti izrađen unutar redovite aktivnosti TZ OBŽ u suradnji s područnom i lokalnim turističkim zajednicama na području TZ OBŽ.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, LTZ

Planirana sredstva: 0,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2021.

### 3.10. Turističko-informativne aktivnosti:

TZ OBŽ će nastaviti obavljati 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 TZ OBŽ, isti će dati sve informacije o turističkoj ponudi na području Osječko-baranjske županije. TZ OBŽ će redovito obrađivati podatke o turističkom prometu s ciljem redovitog informiranja ključnih dionika te je izrađivati sva potrebna izvješća za Tijela Zajednice, Osječko-baranjsku županiju, Hrvatsku turističku zajednicu, Ministarstvo turizma i sporta, te ostale za koje je to zakonom propisano ili institucije koje kontaktiraju TZ OBŽ. Za aktivnost nisu planirana dodatna sredstva.

## **4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**

**Planirana sredstva: 89.000,00 kn**

### 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

Planirana sredstva: 50.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Tijekom 2021. godine unutar grupe aktivnosti planirano je upravljanje sustavom eVisitor i drugim sustavima u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom te izrada „loyalty“ programa destinacije.

#### 4.1.1. On-line alati: HeadOnEast loyalty program

*Opis i cilj aktivnosti:* ovisno o financijskim mogućnostima tijekom 2021. i 2022. godina TZ OBŽ planirati razviti „loyalty“ program destinacije radnog naziva „**HeadOnEast Croatia putovnica**“ kao sustav promocije, nagrađivanja i poticanja ponovne posjete destinaciji. Projekt je dio aktivnosti razvoja HeadOnEast Croatia brand platforme čiji je krajnji cilj uspostava sustava za upravljanje destinacijom. Jedan od rezultata EU projekata „Wine Tour Across Borders“ i „Minorities as Bridges between Communities“ bit će **on-line alat** za pregled vinsko-turističke ponude i pregled ponude turističkih događanja na području Osječko-baranjske županije. Spomenuti alat bit će tehnička podloga za razvoj „loyalty“ programa destinacije.



Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 4.2 Stručni skupovi i edukacije:

Planirana sredstva: 30.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

##### 4.2.1. Stručni skupovi i edukacije

*Opis i cilj aktivnosti:* tijekom 2020. godine TZ OBŽ osmislio je i realizirao je program edukacija „Vinskih promotora“ za područje Osječko-baranjske županije u suradnji s Regionalnom vinotekom u Osijeku. Riječ je o 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. Pored toga planirana je organizacija stručnih predavanja za sustav na području nadležnosti TZ OBŽ (GDPR i sl.), radionica na temu brendiranja destinacije i razvoja posebnih proizvoda.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: ožujak-prosinac 2021.

##### 4.2.2. Gourmet program

*Opis i cilj aktivnosti:* planirana je organizacija stručnih predavanja na temu razvoja i brandiranja gourmet ponude na razini destinacije s ciljem stvaranja konkurentnijeg turističkog proizvoda.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj-prosinac 2021.

#### 4.3. Koordinacija i nadzor:

Planirana sredstva: 9.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS

##### 4.3.1. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije

*Opis i cilj aktivnosti:* Turistička zajednica Osječko-baranjske županije nastavit će s praćenjem djelovanja i izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica gradova i općina putem održavanja sjednica koordinacija i to najmanje dva puta godišnje, a po potrebi i više, a zbog moguće kasnije kontrole izvršavanja navedenih zadaća. Svi sastanci koordinacija kao i odluke ili zaključci koji proizađu sa navedenih sjednica biti će pisano dokumentirani. Pored toga TZ OBŽ će pružati stručnu pomoć dionicima na terenu u razvoju projekata koji su u fazi pripreme za prijavu na vezane EU programe/instrumente. Tijekom 2020. godine 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. Nastavno na to, Povjerenstvo za udruživanje Ministarstva turizma i sporta odobrilo



je krajem 2020. godine neformalno udruživanje na razini Baranje (TZ Baranje, TZ Općine Bilje, TZ Općine Draža) i na razini Đakovštine (TZ Grada Đakova, JLS na području Đakovštine). TZ OBŽ će pružati podršku u provedbi aktivnosti na razini odobrenih udruživanja posebice u aktivnosti promocije i brandiranja. TZ OBŽ će nastaviti surađivati s partnerima na pripremi i provedbi EU projekata i drugih dokumenata vezanih uz Županijsku razvojnu strategiju Osječko-baranjske županije te Operativnih programa u dijelu koji se odnosi na razvoj turizma. U 2021. godinu nastavit će redovito surađivati s Upravnim odjelom za turizam, kulturu i sport i Upravnim odjelom za poljoprivredu Osječko-baranjske županije, JU Županijskom razvojnom agencijom Osječko-baranjske županije, Gradom Osijekom/ITU mehanizam (Urbana aglomeracija Osijek) i drugim partnerima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

Planirana sredstva: 0.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

TZ OBŽ sudjelovat će u okviru redovite djelatnosti u inicijativama i projektima vezanim uz upravljanje destinacijom, a nastavno na daljnji razvoj HeadOnEast Croatia brand platforme i na razvoj sustava upravljanja kvalitetom na razini destinacije.

#### 4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša:

Planirana sredstva: 0.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

TZ OBŽ sudjelovat će u okviru redovite djelatnosti u inicijativama i projektima vezanim uz poticanje na očuvanje i uređenje okoliša na razini destinacije.

## **5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**

**Planirana sredstva: 0.000,00 kn**

### 5.1. Međunarodne strukovne i sl.organizacije:

Planirana sredstva: 0.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, LTZ

TZ OBŽ nastavit će djelovati kao član Dunavskog centra za kompetencije koji okuplja dionike unutar Dunavske makroregije te se dominantno bavi razvojem turizma u dunavskom slivu.

## **6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**



## **Planirana sredstva: 983.000,00 kn**

### 6.1. Rashodi za zaposlene:

Planirana sredstva: 845.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, MINTS, HTZ

Opis: rashodi za zaposlene obuhvaćaju neto plaće, poreze, prireze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene. Grupa aktivnosti također obuhvaća troškove putovanja vezan uz redovitu djelatnost TZ OBŽ.

#### 6.1.1. Bruto plaća

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ/MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 775.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 6.1.2. Troškovi putovanja

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 6.1.3. Ostali rashodi za zaposlene

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

### 6.2. Rashodi ureda:

Planirana sredstva: 130.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Opis: troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice podrazumijevaju troškove održavanja prostora, režijske troškove, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, stručnog usavršavanja zaposlenika, troškove poštarine, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi tekućeg održavanja računalne opreme i drugog.

#### 6.2.1. Materijalni troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### 6.2.2. Nematerijalni troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.





### 6.2.2. Ostali troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.

#### **Turistička zajednica Osječko-baranjske županije:**

- provodi zadatke utvrđene programom rada Zajednice
- obavlja stručne i administrativne poslove u svezi pripremanje sjednica tijela Zajednice
- obavlja pravne, knjigovodstvene i financijske poslove, kadrovske i opće poslove, vodi evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice
- izrađuje analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice
- daje tijelima Zajednice stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije zapošljava pet djelatnika koji obavljaju stručne, administrativne, planskoanalitičke, evidencijske, statističke i ostale uredske poslove potrebne za funkcioniranje Turističke zajednice i njenih tijela. Turistička zajednica Osječko-baranjske županije nastavit će s praćenjem djelovanja i izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica gradova i općina putem održavanja sjednica koordinacija i to najmanje dva puta godišnje, a po potrebi i više, a zbog moguće kasnije kontrole izvršavanja navedenih zadaća. Svi sastanci koordinacija kao i odluke ili zaključci koji proizađu sa navedenih sjednica biti će pisano dokumentirani. Također pored kontrole izvršavanja zakonski propisanih zadaća turističkih zajednica, turistička zajednica županije će uskladiti promotivne aktivnosti i to jednako za potrebe zajedničkih nastupa na inozemnim sajmovima, kao i za potrebe oglašavanja u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima sustava turističkih zajednica, organizatora putovanja i zračnih prijevoznika. Vrlo bitna aktivnost koju će TZ OBŽ provoditi je i projekt e-visitor kao turističko informacijski sustav gdje će TZ OBŽ pokrivati općine u Osječko-baranjskoj županiji koje nisu pokrivene turističkim zajednicama, ali i vršiti savjetodavnu zadaću u smislu pomoći smještajnim kapacitetima i turističkim zajednicama u svom djelokrugu rada.

### 6.3. Tijela turističke zajednice:

Planirana sredstva: 8.000,00 kn

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

*Opis:* sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, osim stručne službe, u radu Turističke zajednice sudjeluju i ostala tijela Zajednice: Predsjednik, Turističko vijeće i Skupština. Navedena tijela će sukladno općim aktima, održavati redovito svoje sjednice. Članovi tijela TZ OBŽ, Turističkog vijeća i Skupštine, ne primaju naknadu za svoj rad. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju troškove pripreme i distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela, reprezentacije, zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela i ostale troškove.

#### 6.3.1. Sjednice tijela, Predstavljanje Tijela

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2021.



## 7. REZERVA

Planirana sredstva: 90.000,00 kn

Sredstva rezerve će se koristiti za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti.

## 9. FONDOVI – posebne namjene

### 9.1. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu

Planirana sredstva: 500.000,00 kn

Planirano je sufinanciranje projekata na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu kroz Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu. U prvoj polovici 2021. godine očekuje se usvajanje **Pravilnika za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent**, a u drugoj polovici godine objava vezanog natječaja iz kojeg bi se trebala financirati ova stavka. Sredstava iz Fond dodjeljivat će se između ostalog na osnovi indeksa turističke nerazvijenosti (<http://www.iztg.hr/hr/itr/>) prema kojem područnu i sve lokalne turističke zajednice na području OBŽ-a mogu biti korisnici ovog Fonda. Nakon usvajanja predmetnog Pravilnika TZ OBŽ u svojstvu RTZ-a dodjelit će financijska sredstva prema LTZ sustavu tijekom 2021. godine u suradnji s Ministarstvom turizma i sporta i Hrvatskom turističkom zajednicom.



## 10. STRUKTURA PLANIRANJA – tablični prikaz

### 10.1 Prihodi

		PRIHODI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
<b>1.</b>		<b>Izvorni prihodi</b>	<b>530.000,00</b>	14,80
	<b>1.1.</b>	<b>Turistička pristojba</b>	130.000,00	3,63
	<b>1.2.</b>	<b>Članarina</b>	400.000,00	11,17
<b>2.</b>		<b>Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna</b>	<b>1.500.000,00</b>	41,90
	<b>2.1.</b>	za programske aktivnosti	1.100.000,00	30,73
	<b>2.2.</b>	za funkcioniranje turističkog ureda	400.000,00	11,17
<b>3.</b>		<b>Prihodi od sustava turističkih zajednica</b>	<b>1.000.000,00</b>	27,93
	<b>3.1.</b>	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	900.000,00	25,14
	<b>3.2.</b>	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	50.000,00	1,40
	<b>3.3.</b>	Ostali prihodi od sustava turističkih zajednica	50.000,00	1,40
<b>4.</b>		<b>Prihodi iz EU fondova</b>	<b>305.000,00</b>	8,52
	<b>4.1.</b>	Wine Tour Across Border - Interreg HUHR	90.000,00	2,51
	<b>4.2.</b>	Minorities as Bridges between Communities - Interreg HUHR	55.000,00	1,54
	<b>4.3.</b>	Wine Tour OBZ - IPA IIIC održivost	160.000,00	4,47
<b>5.</b>		<b>Prihodi od gospodarske djelatnosti</b>	<b>0,00</b>	0,00
<b>6.</b>		<b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>	<b>230.000,00</b>	6,42
<b>7.</b>		<b>Ostali prihodi</b>	<b>15.000,00</b>	0,42
		<b>SVEUKUPNO</b>	<b>3.580.000,00</b>	<b>100,00</b>

### 10.2 Rashodi



		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
<b>1.</b>		<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>		
	<b>1.1.</b>	<b>Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata</b>	<b>45.000,00</b>	1,26
	1.1.1.	Komunikacijska strategija i akcijski plan - HeadOnEast Croatia 2021.	45.000,00	1,26
	<b>1.2.</b>	<b>Istraživanje i analiza tržišta</b>	<b>15.000,00</b>	0,42
	1.2.1.	Loyalty program - analiza modela	15.000,00	0,42
	<b>1.3.</b>	<b>Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti</b>	<b>0,00</b>	0,00
		<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE - UKUPNO</b>	<b>60.000,00</b>	1,68
<b>2.</b>		<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>		
	<b>2.1.</b>	<b>Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda</b>	<b>0,00</b>	0,00
	<b>2.2.</b>	<b>Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda</b>	<b>711.000,00</b>	19,86
	2.2.1.	Razvoj sustava kvalitete proizvoda na razini destinacije	10.000,00	0,28
	<b>2.2.2.</b>	<b>Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije</b>	<b>701.000,00</b>	19,58
	<b>2.2.2.1.</b>	<b>Razvoj vinsko-turističkog proizvoda: Wine Tour Across Border - Interreg HUHR</b>	<b>336.000,00</b>	9,39
	2.2.2.1.1.	On-line ICT rješenje	58.000,00	1,62
	2.2.2.1.2.	Organizacija radionica	35.000,00	0,98
	2.2.2.1.3.	Knjiga vizualnih standarda	54.000,00	1,51
	2.2.2.1.4.	Usluge fotografiranja	26.000,00	0,73
	2.2.2.1.5.	Izrada video materijala	58.000,00	1,62
	2.2.2.1.6.	Zakup medijskog prostora	29.000,00	0,81
	2.2.2.1.7.	Organizacija Wine&Bike Tour Erdut	62.000,00	1,73
	2.2.2.1.8.	Troškovi putovanja	14.000,00	0,39
	<b>2.2.2.2.</b>	<b>Razvoj kulturno-turističkog proizvoda: Minorities as Bridges between Communities - Interreg HUHR</b>	<b>365.000,00</b>	10,20
	2.2.2.2.1.	On-line ICT rješenje	88.000,00	2,46
	2.2.2.2.2.	Organizacija okruglih stolova	9.000,00	0,25
	2.2.2.2.3.	Najam minibusa	5.500,00	0,15
	2.2.2.2.4.	Usluge prijevoda	4.500,00	0,13
	2.2.2.2.5.	Organizacija Umjetničke kolonije Baranja - Erdut	88.000,00	2,46
	2.2.2.2.6.	Organizacija Večeri vina i umjetnosti	37.000,00	1,03
	2.2.2.2.7.	Usluge fotografiranja	16.000,00	0,45
	2.2.2.2.8.	Izrada video materijala	44.000,00	1,23
	2.2.2.2.9.	Zakup medijskog prostora	39.000,00	1,09
	2.2.2.2.10.	Usluge dizajna događanja	9.000,00	0,25
	2.2.2.2.11.	Troškovi putovanja	10.000,00	0,28
	2.2.2.2.12.	Zakup društvenih mreža	15.000,00	0,42
	2.2.2.3.	Razvoj aktivnog turizma: Amazon of Europe / Amazing Amazon of Europe – EU Interreg Danube	0,00	0,00



	<b>2.3.</b>	<b>Podrška razvoju turističkih događanja</b>	<b>590.000,00</b>	16,48
	<b>2.3.1.</b>	<b>Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ</b>	<b>440.000,00</b>	12,29
	2.3.1.1.	HeadOnEast festival	210.000,00	5,87
	2.3.1.2.	Panonski folklorni festival	100.000,00	2,79
	2.3.1.3.	Večer vina i umjetnosti	100.000,00	2,79
	2.3.1.4.	Gourmet Slavonija i Baranja	10.000,00	0,28
	2.3.1.5.	Vinski mjesec	20.000,00	0,56
	<b>2.3.2.</b>	<b>Potporna manifestacijama</b>	<b>140.000,00</b>	3,91
	2.3.2.1.	Regionalne i lokalne manifestacije	100.000,00	2,79
	2.3.2.2.	Nacionalne i međunarodne manifestacije	40.000,00	1,12
	2.3.2.2.1.	Cro Race	40.000,00	1,12
	<b>2.3.3.</b>	<b>Razvoj novih događanja</b>	<b>10.000,00</b>	0,28
	<b>2.4.</b>	<b>Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom - Wine Tour vinoteke – EU IPA IIIC održivost</b>	<b>160.000,00</b>	4,47
	<b>2.5.</b>	<b>Podrška turističkoj industriji</b>	<b>0,00</b>	0,00
		<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA - UKUPNO</b>	<b>1.461.000,00</b>	40,81
<b>3.</b>		<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>		
	<b>3.1.</b>	<b>Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture</b>	<b>37.000,00</b>	1,03
	3.1.1.	HeadOnEast Croatia brand platforma	30.000,00	0,84
	3.1.2.	Brand Slavonija	7.000,00	0,20
	<b>3.2.</b>	<b>Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda</b>	<b>550.000,00</b>	15,36
	<b>3.2.1.</b>	<b>On-line oglašavanje</b>	<b>210.000,00</b>	5,87
	3.2.1.1.	On-line oglašavanje	180.000,00	5,03
	3.2.1.2.	Upravljanje on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.)	30.000,00	0,84
	<b>3.2.2.</b>	<b>Offline oglašavanje</b>	<b>310.000,00</b>	8,66
	3.2.2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	0,00	0,00
	3.2.2.2.	Opće oglašavanje	310.000,00	8,66
	3.2.2.2.1.	Oglašavanje u tisku	130.000,00	3,63
	3.2.2.2.2.	TV i radio oglašavanje	50.000,00	1,40
	3.2.2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	130.000,00	3,63
	<b>3.2.3.</b>	<b>Produkcija oglasnih materijala (tisak, snimanje i sl.)</b>	<b>30.000,00</b>	0,84
	<b>3.3.</b>	<b>Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR</b>	<b>45.000,00</b>	1,26
	3.3.1.	HeadOnEast kampanja - ambasadori destinacije	25.000,00	0,70
	3.3.2.	Studijska putovanja - novinari	20.000,00	0,56
	<b>3.4.</b>	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	<b>20.000,00</b>	0,56
	3.4.1.	Klaster Slavonija - projekti	20.000,00	0,56
	<b>3.5.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>	<b>40.000,00</b>	1,12
	3.5.1.	Samostalni nastupi i prezentacije	20.000,00	0,56
	3.5.2.	Nastupi u suradnji s Klasterom Slavonija I HTZ-om	20.000,00	0,56
	<b>3.6.</b>	<b>Suradnja s organizatorima putovanja</b>	<b>50.000,00</b>	1,40
	3.6.1.	DMK - upravljanje Loyalty programom	30.000,00	0,84
	3.6.2.	Studijska putovanja - turističke agencije	20.000,00	0,56



	<b>3.7.</b>	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>	<b>70.000,00</b>	1,96
	3.7.1.	Priprema promotivnog materijala	25.000,00	0,70
	3.7.2.	Izrada promotivnog materijala	45.000,00	1,26
	<b>3.8.</b>	<b>Internetske stranice</b>	<b>55.000,00</b>	1,54
	3.8.1.	Razvoj internet stranice	40.000,00	1,12
	3.8.2.	Održavanje stranice	15.000,00	0,42
	<b>3.9.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>	<b>30.000,00</b>	0,84
	3.9.1.	Banka fotografija i pisanih materijala	15.000,00	0,42
	3.9.2.	Prijevodni	15.000,00	0,42
	<b>3.10.</b>	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	0,00	0,00
		<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE - UKUPNO</b>	<b>897.000,00</b>	<b>25,06</b>
<b>4.</b>		<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>		
	<b>4.1.</b>	<b>Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor</b>	<b>50.000,00</b>	1,40
	4.1.1.	On-line alati: HeadOnEast loyalty program	50.000,00	1,40
	<b>4.2.</b>	<b>Stručni skupovi i edukacije</b>	<b>30.000,00</b>	0,84
	4.2.1.	Stručni skupovi i edukacije	15.000,00	0,42
	4.2.2.	Gourmet program	15.000,00	0,42
	<b>4.3.</b>	<b>Koordinacija i nadzor</b>	<b>9.000,00</b>	0,25
	4.3.1.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije	9.000,00	0,25
	<b>4.4.</b>	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji</b>	0,00	0,00
	<b>4.5.</b>	<b>Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša</b>	0,00	0,00
		<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT - UKUPNO</b>	<b>89.000,00</b>	<b>2,49</b>
<b>5.</b>		<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>		
	<b>5.1.</b>	<b>Međunarodne strukovne i sl. organizacije</b>	0,00	0,00
	<b>5.2.</b>	<b>Domaće strukovne i sl. organizacije</b>	0,00	0,00
		<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA - UKUPNO</b>	<b>0,00</b>	
<b>6.</b>		<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>		
	<b>6.1.</b>	<b>Rashodi za zaposlene</b>	<b>845.000,00</b>	23,60
	6.1.1.	Bruto plaća	775.000,00	21,65
	6.1.2.	Troškovi putovanja	50.000,00	1,40
	6.1.3.	Ostali rashodi za zaposlene	20.000,00	0,56
	<b>6.2.</b>	<b>Rashodi ureda</b>	<b>130.000,00</b>	3,63
	6.2.1.	Materijalni troškovi	25.000,00	0,70
	6.2.2.	Nematerijalni troškovi	100.000,00	2,79
	6.2.3.	Ostali troškovi	5.000,00	0,14
	<b>6.3.</b>	<b>Tijela turističke zajednice</b>	<b>8.000,00</b>	0,22
	6.3.1.	Sjednice tijela, predstavljanje Tijela	8.000,00	0,22
	<b>6.4.</b>	<b>Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava</b>	0,00	0,00
		<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI - UKUPNO</b>	<b>983.000,00</b>	<b>27,46</b>
<b>7.</b>		<b>REZERVA</b>	<b>90.000,00</b>	2,51
<b>8.</b>		<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>		
		<b>SVEUKUPNO 1</b>	<b>3.580.000,00</b>	<b>100,00</b>



<b>9.</b>		<b>FONDOVI - posebne namjene</b>		
	9.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	500.000,00	
	9.2.	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0,00	
		<b>SVEUKUPNO 2</b>	<b>500.000,00</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2</b>	<b>4.080.000,00</b>	