

***Program rada
Turističke zajednice Osječko-baranjske županije
za 2024. godinu***

Materijal pripremila:
Ivana Jurić
prosinac, 2023.

0. UVOD

Program rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2024. godinu koncipiran je na temelju zadanih zadaća i dugoročno planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, Master plana razvoja turizma Osječko-baranjske županije 2017.-2025. 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.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, kao regionalna destinacijska menadžment organizacija, u planiranom razdoblju 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. Destinacija je to koja čini dio ukupne ponude tzv. kontinentalne Hrvatske, koja je do 2023. godine u pravilu bilježila visoku sezonu od travnja do lipnja te od rujna do studenoga, odnosno u vrijeme pred i post sezone definirane na nacionalnoj razini. Tijekom **ljeta 2023.** godine po prvi puta destinacija bilježi jednake, odnosno više rezultate tijekom ljetnih mjeseci – srpnja i kolovoza, i tu uz prevagu stranih gostiju. Posljedica je to sve većeg broja gostiju u transferu prema morskim destinacijama, a koji se zadržavaju 1 do 3 noći na području Osječko-baranjske županije, posebno Baranje i Osijeka.

Svake godine sustav turističkih zajednica ulaže sve više u promociju destinacije i razvoj proizvoda, javni sektor u obnovu kulturne i prirodne baštine koja se stavlja u turističku funkciju, a privatni sektor u smještajne kapacitete i sadržaje. Gostoljubivost ponuđača smještaja prepoznata je i od korisnika **Booking.com** platforme - Osječko-baranjska županija proglašena je 2023. godine za **najsrdajniju regiju** Hrvatske. Destinacija se gradi na autentičnim resursima koji su u dobrom dijelu ostali sačuvani, i neizostavno na ljudima što potvrđuju i ocjene gostiju na Booking.com-u. Prošla godina je zabilježila bolje rezultate od 2019. godine, a 2023. godina do kraja mjeseca studenog premašuje rekorde s **rastom od 13% u noćenjima i dolascima** u odnosu na rekordnu 2022. godinu.

Iz perspektive stanja narušenosti sektora tijekom 2020. i 2021. godine slijedom niza restrikcija uzrokovanih globalnom zdravstvenom i društvenom krizom izazvanom virusom COVID-19, sa sigurnošću se može konstatirati da se destinacija u potpunosti oporavila.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije će u narednoj godini i dalje čvrsto **zagovarati potrebu različitog pristupa** razvoju turizma na kontinentu u odnosu na priobalje. Strateški cilj turističkog sektora definiran na nacionalnoj razini je da Hrvatska postane destinacije **održivog turizma**, a to obavezno uključuje **turizam tijekom cijele godine i na prostoru cijele zemlje**. Tijekom aktualnog financijskog razdoblja **EU 2021.-2027.** očekuju se brojna ulaganja u turizam s naglaskom na **digitalno, održivo i zeleno**, od kojih će dio biti usmjeren prema unutrašnjem dijelu Hrvatske.

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. U tom smislu TZ OBŽ će aktivno promovirati i zagovarati potrebe dionika s područja Osječko-baranjske županije prema Ministarstvu turizma i sporta, Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova Europske unije i drugim nadležnim tijelima.

Prema svim strategijama navedenim i u ovom dokumentu, kao i dosadašnjim istraživanjima primarni gost destinacije je domaći turist koji putuje cijele godine i poznata mu je regija, a velik broj stanovnika Hrvatske nikad nije posjetilo destinaciju ili su bili gosti prije 15 ili 20 godina. Uz domaće, tu su gosti s tržišta Njemačke i zemalja u okruženju – Mađarske, Srbije, BiH i Slovenije, uz Poljake koji su u transferu prema jugu u ljetnim mjesecima. Kad je riječ o dobnim skupinama, destinaciju uglavnom posjećuju gosti od 30 do 65 godina, a ovisno o proizvodima i druge skupine. Glavni motivi dolaska vezani su uz ono što destinacija nudi, a to je enogastronomija, „city break“, kultura, ruralni turizam i aktivni odmor u prirodi. Lokalna zajednica u tome igra važnu ulogu, jer nudi autentične doživljaje i prihvaća gosta kao prijatelja. Slavonac i Baranjac su stoljećima živjeli bogato od zemlje i dan danas su zadržali mentalitet koji želi pružiti gostu najbolje. Turizam na kontinentu jest održiv po svojoj prirodi, a važan dio održivosti, uz ekološku, je i društvena komponenta koja se odnosi na lokalnu zajednicu koja sudjeluje u razvoju destinacije.

1. BUDUĆNOST TURIZMA: TRENDOVI DO 2026. GODINE

Kako globalna potražnja za turističkim uslugama nastavlja rasti, sektor mora držati korak s očekivanjima kupaca u **digitalno povezanom svijetu**. Većina lidera u sektoru iskoristila je zadnje tri godine kako bi povećala razinu korištenja **inovacija i digitalne transformacije** poslovanja usmjerene prema klijentu. Istraživanja WNS-a i Corinium Intelligencea pokazuju da je ostvaren izniman digitalni napredak unutar turističkog sektora jer su se projekti automatizacije ubrzali za najmanje tri godine zbog pandemije. Prema prognozama marketing agencije Crimtan na tržištu se očekuje porast **automatiziranih rezervacija**. Automatizirane (mrežne i aplikacije) rezervacije u putovanjima nisu novost, ali se očekuje da će doživjeti dramatičan rast u sljedećih nekoliko godina. Procjenjuje se da čak 70% turista koristi pametne telefone za rezerviranje odmora, a 72% mobilnih rezervacija događa se u roku od dva dana od Google pretraživanja.

Digitalna transformacija također pomaže tvrtkama za povećanje performanci od poboljšanja točnosti rasporeda letova do korištenja analitike i umjetne inteligencije kako bi stekli bolji uvid u evoluirajuće preferencije kupaca.

Ujedno poboljšane digitalne mogućnosti omogućuju tvrtkama da iskoriste podatke o kupcima na nove načine, razumiju ih kao nikad prije i isporuče vrstu **hiperpersonalizacije** koja može izazvati dugotrajnu lojalnost prema pojedinoj destinaciji ili tržišnoj marki. Hiperpersonalizacija zahtijeva detaljne uvide u potrebe kupaca i sposobnost zaključivanja. Napredak u bilježenju i prikupljanju podataka – sve više u stvarnom vremenu – pomaže tvrtkama da pristupe novim izvorima podataka, konsolidirajući te

podatke kroz sustave upravljanja glavnim podacima koji omogućuju jedinstvenu sintezu potreba klijenata. Do 2025. personalizirane usluge omogućit će većini brendova da steknu i održe dugoročnu lojalnost.

Nakon razdoblja globalnih turbulencija, od kojih uz pandemiju možemo ubrojiti i rat na prostoru Europe u Ukrajini i rat u pojasu Gaze, imperativ za odabir destinacije je **sigurnost**. Digitalne tehnologije će i u tom smislu povećati razinu sigurnosti tijekom putovanja.

Jača trend povezivanja **poslovnog s privatnim putovanjem**. U osnovi to uključuje produženje ili kombiniranje poslovnog putovanja s putovanjem u slobodno vrijeme odnosno dolazak u destinaciju nekoliko dana ranije ili produljenje boravka.

Doživljaj dolazi sve više u fokus, a **usluga „prije i poslije“** putovanja postaje sve važnija. Potrošači sve više žele da njihovi odmori krenu od trenutka rezervacije, što povećava iščekivanje putovanja i ne žele da njihova putovanja završe kad stignu kući. Za tvrtke u sektoru turizma, ovo je novi način održavanja lojalnosti i dugotrajnih odnosa s kupcima kroz unaprijeđene dodatne usluge. **Digitalna tehnologija** i tom smislu važna je platforma za personalizaciju očekivanja i potreba putnika. Primjerice američki hotel Zero George nudi plan zdravih obroka u danima nakon povratka kući gosta i na taj način produlje osjećaj boravka u hotelu.

Kako **klimatske promjene** utječu na stvaranje ekstremnih vremenskih prilika (poplave, potresi, superćelijske oluje i sl.), razvoj otpornosti sektora postaje ne samo strateška odrednica, već i osnovni preuvjet za dugoročni opstanak sektora. U tom smislu **održivost u putovanjima** važnija je nego ikad. Pod velikim utjecajem globalnih klimatskih promjena, i potrošači i tvrtke odmiču se od poticanja masovnog „skakanja“ po destinacijama i ponovno usredotočuju ponašanje na planetarno i društveno dobro. U fokusu je **podizanje svijesti o okolišu** i **utjecaju turizma na lokalne zajednice**. S obzirom na to da je pandemija gotovo zaustavila svjetsko gospodarstvo, ljudi su shvatili da je **održivost** ključna za opstanak s dobrobitima koje se šire kroz društvo. Turizam u zajednici, ekološki odmor, smanjenje stope ugljika neka su od područja za koja se povećava interes. Zeleni trend razvija se prema održivosti kao postulatu življenja koji prati trend kupovanja hrane i suvenira od **malih lokalnih proizvođača** i angažirani pristup turizmu s naglaskom na doprinos lokalnoj ekonomiji i čuvanju okoliša. Tu Slavonija i Baranja svakako imaju svoje mjesto.

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. Slavonija i Baranja nude pregršt autentičnih iskustava, koje ponuđači tek trebaju valorizirati kroz ponudu i naplatu te vrste iskustava.

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 zračnu luku koja je intenzivirala svoje aktivnosti tijekom 2021. i 2022. godine te uvela **međunarodni let na liniji München-Osijek** u suradnji Croatia Airlines avio kompanijom. Tijekom 2023. godine uz ovaj let, uvedena je nova međunarodna linija **Osijek-London Stansted** u suradnji s irskim avioprijevoznikom Ryanair. Nova linija bila je aktivna od 2. lipnja do 28. listopada, uz prosjek popunjenosti od 82%. Suradnja s oba avio prijevoznika u 2023. godini realizirana je lokalno u partnerstvu između **Zračne luke Osijek, TZ Grada Osijeka i TZ Osječko-baranjske**

županije, uz program Strateških parterstava čiji je nositelj bila **Hrvatska turistička zajednica**. Tijekom 2024. godine TZ OBŽ nastavit će surađivati sa svim navedenim partnerima, u direktnoj koordinaciji s Osječko-baranjskom županijom. U 2024. godini planiran je nastavak realizacije obje međunarodne avio-linije. **Povezanost s domaćim destinacijama** van visoke sezone definirane na nacionalnoj razini bi trebala biti usklađenija s potrebama potencijalnih gostiju, posebno s priobalja. Zračna luka Osijek u tom smislu jako je važan partner s kojim TZ OBŽ zajedno lobira za potrebne prilagodbe i/ili otvaranje novih linija koje se odnose i na program subvencioniranog prometa putnika.

Destinacije koje se nalaze na prostoru Osječko-baranjske županije, pa i cijela Slavonija, obilježene su bogatstvom autentičnih atrakcija i iskustava koje su u procesu razvoja tržišne valorizacije. Netaknuta priroda, brojni kulturno-povijesni spomenici i bogatstvo gastronomske ponude te velik broj povijesnih vinarija kao raritet u Hrvatskoj, stavljaju Slavoniju i Baranju visoko na listi želja za posjet na razini domaćeg tržišta. Tijekom zadnjih pet godina, unatoč ili čak zbog ograničenosti kretanja zbog pandemije, povećala se vidljivost i interes za posjet destinaciji. Rezultat je to i povećane razine ulaganja u razvoj vlastitog brenda i intenziviranje aktivnosti promocije i oglašavanja imidža destinacije Osječko-baranjske županije kao cijele Slavonije i Baranje u zadnje četiri godine.

Uz to, destinacija bilježi velika ulaganja javnog sektora u obnovu i stavljanje u funkciju kulturne i prirodne baštine uz pomoć EU fondova. Neki od rezultata ulaganja u kulturnu i prirodnu baštinu kroz EU fondove su obnovljena **osječka Tvrđa**, izgrađen novi **Gospodarski centar Osječko-baranjske županije** kao važan segment za razvoj poslovnog turizma, obnovljen dvorac-interpretacijski centar **Tikveš** u PP Kopački rit, uređena **pristaništa na rijekama** važna za daljnji razvoj „cruisinga“ na Dunavu i Dravi, a tijekom 2024. godine otvara se i obnovljeni **dvorac Pejačević u Našicama**. Grad Osijek nastavlja investicije u obnovu gradskog kompleksa kupališta – Copacabane i plaže na Dravi. Gradovi u OBŽ-u također ulažu u kupališta koja su važna za ponudu tijekom ljetnih mjeseci. Tijekom iduće dvije godine biti će završene investicije u nove smještaje kapacitete više kategorije: **Hotel Materra i klinika Priora** – Žito grupa otvara se 1.1.2024., hotel Hop In u vlasništvu Cras d.d. – 2024., hotel Royal – očekuje se 2025. i tu su još najmanje 4 nove veće investicije u smještajne kapacitete.

Velike se mogućnosti za ulaganja nude kroz iduće programsko razdoblje Europske unije 2021.-2027. i Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021.-2026., kroz sredstva posebno namijenjena turističkom sektoru. Kroz **Nacionalni plan oporavka i otpornosti** koji je svaka članica donijela za razdoblje 2021.-2026., kroz Komponentu C1 Gospodarstvo i Podkomponentu C 1.6 - Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma u Republici Hrvatskoj financirat će se investicije javnog i privatnog sektora u turizam u ukupnom iznosu od 290 milijuna eura. Ukupno 124 milijuna eura osigurano je za reformu turističkog sektora, regionalnu diverzifikaciju i specijalizaciju hrvatskog turizma kroz ulaganja u razvoj turističkih proizvoda visoke dodane vrijednosti za investicije javnog sektora. Privatnom turističkom sektoru za projekte jačanja održivosti i poticanja zelene i digitalne tranzicije na raspolaganje se stavlja oko 166 milijuna eura za investicije. Početkom 2024. godine očekuje se početak provedbe prvih odobrenih projekata javnog i privatnog sektora, što će rezultirati novom javnom turističkom infrastrukturom i novim ili unaprijeđenim smještajnim kapacitetima.

Kad je riječ o stanju turističke suprastrukture, važno je napomenuti da su ulaganja u smještajne kapacitete na razini županije u zadnjih šest godina ozbiljno podigla razinu konkurentnosti ponude kroz mogućnost primanja većih grupa, kao prateću kvalitetu. Ukupan **broj ležaja** iznosio je **do kraja 2022. godine 5.968 kreveta u 643** objekta, što znači porast broja kreveta u odnosu na 2021. od 8% te čak 17% više objekata. Početkom prosinca 2023. godine brojimo 6.002 kreveta, 734 objekta, što je čak 15% objekata više, a 1% kreveta više u odnosu na 2022. godinu.

Ugostiteljska ponuda također je doživjela diferenciranost kroz otvaranje niza objekata koji svoju ponudu temelje na bogatoj enogastronomskoj tradiciji. Tako na području županije djeluje sve veći broj relevantnih restorana koji su postali i motiv dolaska dijela posjetitelja kroz ponudu autentičnih jela

destinacije, posebno jela na bazi **crne slavonske svinje, riječne ribe** i tek u naznakama **slavonsko-srijemskog podolca**.

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 i dalje nije dovoljno organizirana. To se sve više mijenja kroz organizaciju vinsko-turističkih manifestacija na području cijele županije, od kojih pojedine imaju velik potencijal rasta. Važno je spomenuti i ponudu tzv. **zanatskih pivovara** kao proizvodnju **tradicionalnih žestokih pića** kao nedovoljno iskorišten resurs. 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.

Tekuća, 2023. godina, pokazala i iznimno značajan doprinos srednjih i velikih **sportskih manifestacija** turističkom sektoru Osječko-baranjske županije (npr. Europsko prvenstvo u streljaštvu u gađanju glinenih golubova). Uz sportske programe, turističko-zabavni sadržaji koji se odvijaju u isto vrijeme na destinaciji doprinose cjelokupnom doživljaju gosta kao i povećanju razine trošenja. Poseban iskorak očekuje se u 2024. godini kada Osječko-baranjska županija postaje **Europska regija sporta**.

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 jedinica lokalne samouprave, Državne ergele Đakovo, 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. Turistički proizvodni portfelj Osječko-baranjske županije

Uvažavajući posebice kvalitetu i raznovrsnost, kako prirodne, tako i kulturno-povijesne, resursno atrakcijske osnove na području županije, može se zaključiti da se radi o prostoru prirodno predisponiranom za razvoj većeg broja turističkih proizvoda. To 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. Prema Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju (2019.-2025.), poglavlju koji se odnosi na Osječko-baranjsku županiju, definiran portfelj primarnih, sekundarnih i tercijarnih proizvoda na sljedeći način:

PROIZVODNA GRUPA	PROIZVODI					
KULTURNI TURIZAM	Gradski turizam	Turizam baštine	Manifestacije i događanja	Vjerski turizam		
ENO I GASTRONOMSKI TURIZAM	Gastronomski turizam	Turizam vina				
REKREACIJA I BORAVAK U PRIRODI	Planinarenje/ <i>trekking</i>	Cikloturizam	Konjički turizam	Seoski turizam	Lov i ribolov	Ekoturizam
ZDRAVSTVENI TURIZAM	Lječilišni/ medicinski	Wellness				
POSLOVNI TURIZAM	Poslovni sastanci skupovi i konferencije	Sportske pripreme i natjecanja				
POSEBNI PROIZVODI	Tranzitni turizam	Riječni krizing				

■ Primarni ■ Sekundani ■ Tercijarni

Osječko-baranjska županija svojom paletom turističkih proizvoda privlačit će sve veći broj različitih interesnih ciljnih segmenata. Vezano uz primarne turističke proizvode, kao posebni ciljni segmenti od osobitog interesa za Osječko-baranjsku županiju, mogu se izdvojiti turisti posebnih interesa, turisti koje zanimaju gastronomija i vinski turizam, aktivni boravak u čistoj i lijepoj prirodi, upoznavanje kulture kroz dvorce i kurije plemića, kroz tradicionalne ili suvremene manifestacije. Turistički proizvodi predstavljaju cjelokupno iskustvo boravka u destinaciji i za njegovu kvalitetu odgovorni su različiti dionici iz privatnog i javnog sektora koji, svaki u svojem segmentu, pridonose stvaranju cjelovitog doživljaja.

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. Primarni i sekundarni proizvodi destinacije traže dodatna ulaganja u daljnji razvoj kako bi se valorizirao njihov pun potencijal. To podrazumijeva širok opseg djelovanja od ulaganja u interpretacijske i animacijske sadržaje, povećanje atraktivnosti i nadogradnje usluga dostupnih posjetiteljima na području cijele županije, kao unapređenje kvalitete ponude smještaja. Važno ulagati posebno u dodatne sadržaje namijenjene obiteljima, kao i poslovnom sektoru, primjerice kroz razvoj usluga za teambuilding programe. Glavni atributi Osječko-baranjske županije u skladu su s trendovima koje odražava turistička potražnja, a to je sve veća potreba za odmakom od užurbane svakodnevice, boravak u okruženju koje je ugodno, u kojem „život teče“ u ritmu koja vraća snagu i gdje se kroz ljude i običaje može doživjeti opuštanje koje se pomalo zaboravlja.

2.2. Stanje u turizmu na području Osječko-baranjske županije

Tablica 1. prikazuje podatke o ukupnom broju noćenja u razdoblju od 2016. do 2022. godine, gdje se jasno vidi turistički rast tijekom prve četiri godine te drastičan pad izazovan „korona krizom“ te opravak tržišta u 2022. godini.

Tablica 1. – Noćenja u Osječko-baranjskoj županiji u razdoblju 2016. – 2022.

Godina	Noćenja-ukupno
2016.	178.826
2017.	188.562
2018.	202.287
2019.	234.121
2020.	119.298
2021.	180.734
2022.	240.401

Izvor: Evisitor

Broj turista je izuzev razdoblja obilježenog pandemijom korona-virusa rastao od 2017. godine do 2019. godine kada bilježimo rast noćenja od 25%. Nakon pandemijskog pada 2020. tržište se postepeno oporavilo te 2022. čak i brojčano prebacilo do sada rekordnu 2019. godinu. Prema podacima iz 2022. ostvareno je 240.000 noćenja od čega se više od **polovine noćenja** (57 %) ostvarilo u **Osijeku**, u cijeloj **destinaciji Baranja** (3 TZ) se ostvarilo 18%, zatim slijedi **Đakovo** s 8% te Našice s 5%.

Razdoblje: 1.1.-17.12.2023.		
Turistička zajednica	Dolasci	Noćenja ukupno
Turistička zajednica grada - Osijek	73,785	155,138
Turistička zajednica područja - Baranja	12,508	24,947
Turistička zajednica grada - Đakovo	10,123	22,052
Turistička zajednica općine - Bilje	8,103	14,719
Turistička zajednica grada - Našice	6,333	12,330
Turistička zajednica OBŽ	5,026	9,466
Turistička zajednica općine - Bizovac	2,030	9,105
Turistička zajednica grada - Valpovo	2,103	7,406
Turistička zajednica grada - Belišće	528	2,653
Turistička zajednica općine - Draž	815	2,328
Turistička zajednica općine - Erdut	697	1,899
Turistička zajednica grada-Donji Miholjac	430	867
(nepoznato)	107	207
Ukupno:	122,588	263,117

Iako je broj domaćih gostiju i dalje velik, struktura gostiju po zemljama ipak se polako mijenja. I dalje **domaći gosti čine 63,85%** dolazaka (u 2021. godini je bio i veći od 70%) i 57,16% noćenja, a od stranih gostiju najzastupljeniji su po broju noćenja gosti iz Njemačke s 6,03%, Mađarska 2,99%, Ukrajina 2,72%, Srbija 2,64%, Bosna i Hercegovina 2,58%, Poljska 2,51%, Slovenija 2,13%, SAD 1,96%, Austrija 1,94%, Italija 1,86% te ostali. U 2023. godini gosti iz Njemačke (17% više noćenja) i dalje su najbrojniji, slijede susjedne zemlje **Mađarska** (19% više noćenja) i **Srbija** (36% više noćenja) s osjetnim porastom, dok je još snažnije porasla **Slovenija**, čak 63% noćenja. Prema podacima eVisitora na području Osječko-baranjske županije od **1. siječnja do 31. prosinca 2022.** u Osječko-baranjskoj županiji je ostvareno 240.401 noćenja što je porast od 33% u odnosu na isto razdoblje 2021. godine, ali i 2,7% više noćenja od dosada rekordne 2019. godine. Noćenja domaćih gostiju porasla su 24,3% dok stranih gostiju 82,9%. Gotovo polovina noćenja ostvarena je u hotelima (49%), zatim slijede objekti u domaćinstvu (26%), ostali ugostiteljski smještaj

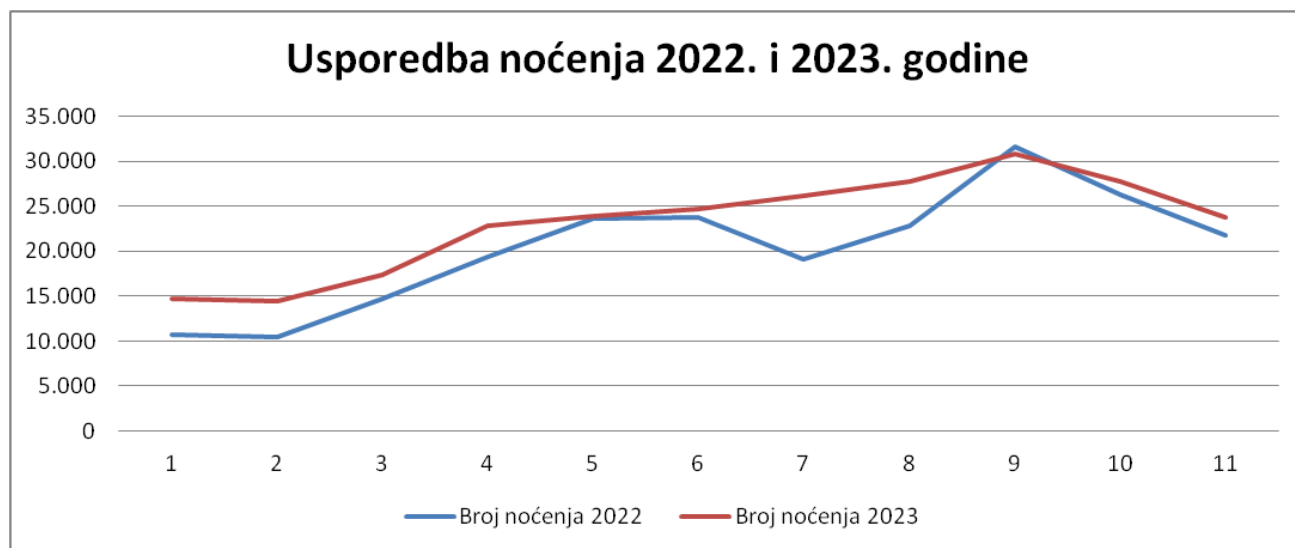
(21%) te objekti na OPG-u (4 %). Najveća prosječna popunjenost je objekata u domaćinstvu (61%), zatim objekata na OPG-u (49%) te hoteli (30%). Što se tiče riječnog krizinga možemo reći kako je nastavljen oporavak pa je tijekom 2022. godine u Aljmaš, Batinu i Osijeka pristalo ukupno 123 kruzera s 12.712 putnika što je povećanje veće od dva i pol puta u odnosu na prošlu godinu, no i dalje manje nego rekordne 2019. godine (167 kruzera). Najviše kruzera pristalo je na putničkom pristaništu Aljmaš (75), zatim Batina (42) te Osijek (6). Glavni razlog malog broja pristajanja u Osijeku je nizak vodostaj rijeke Drave.

U prvih **jedanaest mjeseci 2023.** na području OBŽ ostvareno **13% više noćenja i 13% više dolazaka** u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ostvareno je 118.153 dolazaka i 254.300 noćenja. Rast stranih noćenja iznosio je 21% što se tiče dolazaka i 24% noćenja pa se tako **udio stranih turista povećao na 43%**. Što se tiče porasta noćenja posebno se u tome ističe Osijek koji ima 17% više dolazaka i 18% više noćenja u odnosu na 2022., zatim Đakovo (10% više dolazaka; 17% više noćenja) te Našice (17% više dolazaka; 8% više noćenja). godinu. Od manjih turističkih zajednica velik porast u broju noćenja imaju Belišće (rast 97%), Bizovac (porast 19%) te prostor Osječko-baranjske županije bez turističkih zajednica (rast 17%).

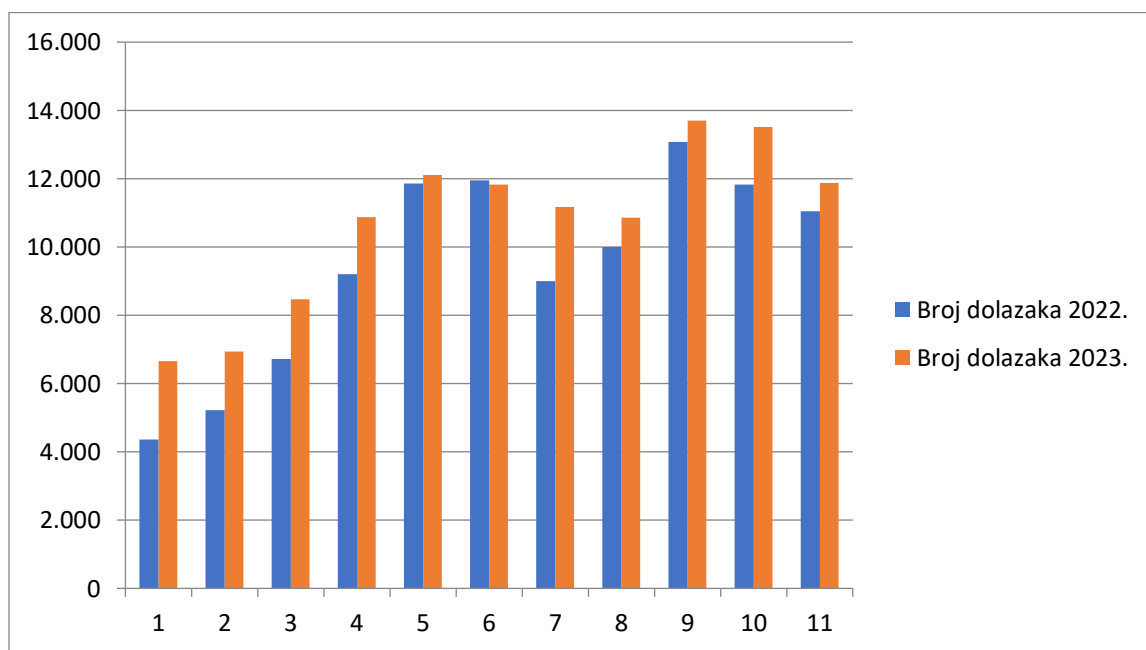
Tablica 2. – Turistički promet u OBŽ u razdoblju 1.1.-30.11., usporedba 2023./2022.

01.01.2023.-30.11.2023.		01.01.2022.-30.11.2022.	
Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hrvatska (71.786)	Hrvatska (133.523)	Hrvatska (65.909)	Hrvatska (127.059)
Njemačka (5.072)	Njemačka (16.107)	Njemačka (4.542)	Njemačka (13.793)
Mađarska (4.957)	Mađarska (7.923)	Mađarska (4.039)	Mađarska (6.634)
Slovenija (3.899)	Srbija (7.807)	Poljska (2.991)	Ukrajina (6.167)
Srbija (3.555)	Slovenija (7.556)	Bosna i Hercegovina (2.828)	Srbija (5.738)
Bosna i Hercegovina (3.322)	Bosna i Hercegovina (6.749)	Srbija (2.826)	Poljska (5.719)
Poljska (3.022)	Ukrajina (5.699)	Slovenija (2.595)	Bosna i Hercegovina (5.667)
Austrija (2.475)	Poljska (5.680)	SAD (2.256)	Slovenija (4.632)
SAD (1.785)	Austrija (5.281)	Austrija (2.249)	SAD (4.607)
Italija (1.719)	Italija (4.394)	Italija (1.533)	Austrija (4.454)
Ostalo (16.561)	Ostalo (53.581)	Ostalo (12.504)	Ostalo (39.715)

Grafikon 1. – Usporedba noćenja u Osječko-baranjsku županiju u razdoblju siječanj-studenj 2022./2023.



I ove godine je **rekordni mjesec rujna** s ostvarenih više od 30.000 noćenja. Novina je velik porast noćenja u ljetnim mjesecima. Krivulja noćenja po mjesecima pokazuje porast od travnja sve do rujna što do sada nikada nije bio slučaj. Kolovoz i srpanj su po broju noćenja odmah iza rujna što sugerira kako je prvi puta u povijesti **ljetno jače od proljeća**. U svim mjesecima nakon travnja ostvareno je više od 20.000 noćenja što se također nikada do sada nije ostvarilo. Trendovi pokazuju kako destinacija zaista živi **365 dana u godini** i zbog porasta stranih turista, posebice u ljetnim mjesecima, nema više tzv. „ljetnog odmora“ za naše turističke djelatnike.



Grafikon 2. – Usporedba dolazaka u Osječko-baranjsku županiju u razdoblju siječanj-studenj 2022./2023.

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). Zanimljivost je otvaranje tržišta **Poljske**, prije svega u vrijeme tranzita gostiju prema južnim destinacijama u ljetnim mjesecima. Gosti se najčešće zadržavaju u Baranji gdje prosječno borave 2 noći. Dio gostiju se čak vraća do tri puta godišnje, a Poljaci su i u 2022. godini po noćenjima bili u samom vrhu, a broj noćenja im je porastao s 753 u 2020. na 6.032 u 2022. godini.

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. Ispred nje po broju noćenja nalazi se samo Grad Zagreb, Karlovačka i Krapinsko-zagorska županija. Na prostoru pet slavonskih županija, dionici s područja Osječko-baranjske županije lideri su po udjelu ostvarenih noćenja. Gotovo polovina noćenja u Slavoniji ostvari se u Osječko-baranjskoj županiji (44%).

Tablica 3. – Turistički promet u RH u razdoblju 1.1.-25.11.2023.

Županija	Dolasci	Noćenja
Istra	4.914.236	29.966.123
Splitsko-dalmatinska	3.843.029	20.101.338
Kvarner	3.157.487	18.338.882
Zadarska	2.041.242	15.157.944
Dubrovačko-neretvanska	2.068.318	8.539.643
Šibensko-kninska	1.043.271	6.547.125
Ličko-senjska	760.486	3.384.458
Grad Zagreb	1.180.596	2.302.528
Karlovačka	339.476	618.178
Krapinsko-zagorska	176.912	372.063
Osječko-baranjska	118.269	254.442
Zagrebačka	138.297	250.299
Varaždinska	96.291	229.864
Međimurska	88.490	206.059
Vukovarsko-srijemska	88.835	146.772
Bjelovarsko-bilogorska	28.986	89.799
Brodsko-posavska	42.345	77.237
Požeško-slavonska	24.634	64.611
Sisačko-moslavačka	25.504	64.085
Koprivničko-križevačka	21.173	56.540
Virovitičko-podravska	14.426	30.188

Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Turizam, koji nije tradicionalna grana ove županije, prepoznat je kao jedan od pravaca gospodarskog razvoja upravo zbog njegove komplementarnosti sa sektorom proizvodnje hrane kao i zbog promjena trendova na globalnom turističkom tržištu. Osječko-baranjska županija će, kao i protekle tri godine raditi na povećanju vidljivosti destinacije kroz aktivnosti promocije i komunikacije i na intergraciji turističkih proizvoda.

Uz **Hrvatsku kao ključno tržište** destinacije za 2024. godinu prema svim navedenim strateškim dokumentima, dio aktivnosti promocije biti će usmjeren na tržište **Njemačke te zemlje u okruženju** s naglaskom na susjednu mađarsku županiju **Baranya** koja bilježi 2022. godine ukupno 763.099 noćenja što čini priliku za jačanje dnevnih posjeta ili prelijev gostiju u destinaciju.

3.1. Strateški ciljevi Turističke zajednice Osječko-baranjske županije:

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

3.2. Kratkoročni ciljevi za 2024. godinu. (perspektiva srednjoročna):

- jačanje i daljnji razvoj privlačnog imidža destinacije: daljnji razvoj standarda i komuniciranje krovnog branda destinacije Slavonije i Baranje - HeadOnEast Croatia i branda Slavonija i Baranja
- razvoj sustava za upravljanje destinacijom kroz zajedničke projekte s LTZ sustavom
- povećanje vidljivosti destinacije na domaćem tržištu
- povećanje broja registriranih noćenja u registriranim smještajnim kapacitetima na godišnoj razini za 7% u odnosu na prethodnu godinu
- povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za 10% u odnosu na prethodnu godinu
- povećanje broja posjetitelja službenih kanala komunikacije za 10% u odnosu na prethodnu godinu

Ostvarenje navedenih ciljeva bit će izvršeno uz poštivanje temeljnih principa održivog razvoja, koji se odnose na okoliš, zajednicu i ekonomsku održivost. Turizam koji se razvija u unutrašnjosti Hrvatske jest održiv po svojoj prirodi, jer se organski razvija, prateći trendove uz maksimalno poštovanje okruženja u kojem se razvija. Obzirom da je destinacije sastavni dio UNESCO rezervata biosfere Mura Drava Dunav, održivi razvoj postavlja se kao prirodan put razvoja destinacije.

Prijedlog programskih usmjerenja i prijedlog programa rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2024. godinu izrađen je u skladu s odrednicama strateških dokumenata:

- Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine
- 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.

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 52/2019; 42/2020) dijeli je zadaće u ključne skupine: strateško planiranje i razvoj, upravljanje sustavom turizma, informacije i istraživanja i marketing. U idućem poglavlju prikazani su najvažniji planirani projekti za 2024. i 2025. godinu unutar

pojedinačnih skupina zadaća, grupirani u projektne cjeline. U dijelu aktivnosti operativno je prikazan plan prihoda i rashoda za 2024. godinu.

4. PROJEKTI

Glavne zadaće definirane za razinu regionalne turističke zajednice možemo grupirati u tri skupine:

- **razvoj i marketing destinacije;**
- **integracija turističke ponude** kroz projektne inicijative i koordinaciju razvoja složenih turističkih proizvoda uz **umrežavanje dionika** na lokalnom/regionalnom nivou s ciljem stvaranja međunarodno **konkurentnih turističkih proizvoda;**
- pružanje podrške i partnerstvo u projektima **unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove** destinacije sukladno načelima održivog razvoja.

TZ Osječko-baranjske županije u idućem razdoblju nastaviti će djelovati, sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, kao **“marketing agencija” destinacije** te koordinator i inicijator razvoja **složenih turističkih proizvoda** s konačnim ciljem stvaranja **integriranog sustava za upravljanje destinacijom**. Stoga je većina projekata međusobno povezana i vodi prema istom cilju, a to je povećanje **ukupne konkurentnosti i tržišne valorizacije destinacije**. Svi turistički proizvodi destinacije će biti uključeni u aktivnosti TZ OBŽ u navedenom razdoblju, no u idućem dijelu teksta posebno će biti obrađeni ključni proizvodi. TZ OBŽ će pružati **stručnu i/ili partnersku podršku infrastrukturnim projektima** koji će rezultirati povećanje ukupne atrakcijske osnove Osječko-baranjske županije.

4.1. Istraživanje i strateško planiranje

TZ OBŽ će nastaviti djelovati tijekom 2024. godine prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine. Također djelovati će prema 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 / Visit Slavonia Baranja, jedan je od strateških marketinških projekata na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije. Projekt je to koji će se razvijati tijekom 2024. godine s ciljem standardizacije ukupnih komunikacija destinacije i uspostavljanjem integriranog sustava za upravljanje istom. U skladu s očekivanim rastom izvornih prihoda slijedom povećanja broja noćenja u Osječko-baranjskoj županiji i rasta prihoda od sustava turističkih zajednica (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) slijedom rasta broja noćenja na razini Hrvatske, TZ OBŽ usmjeravat će aktivnosti promocije na tržište Njemačke i zemlje u okruženju s naglaskom na Mađarsku i Sloveniju te Poljsku prema financijskim mogućnostima. U tom smislu važna aktivnost će biti „in-house“ analiza emitivnih tržišta i najučinkovitijih mehanizama komunikacije i promocije.

4.2. Razvoj turističkog proizvoda

4.2.1. Turistička događanja

Događanja su turistički proizvodi koji nose veliku motivaciju za dolazak u destinaciju. TZ OBŽ će nastaviti davati podršku dionicima na terenu kroz podizanje kvalitete ponude i komunikacije manifestacija. U tom smislu nastaviti će se standardizacija komunikacije destinacije kroz (re)dizajn vizualnih identiteta

događanja te podršku u (re)definiranju sadržaja ponude događanja. Kroz **mrežnu stranicu** Visit Slavonia Baranja, poticat će se i dalje organizatori manifestacija da sami unose podatke o svom događaju u **Kalendaru manifestacija**, uz odobrenje unesenog sadržaja od TZ OBŽ. Kroz daljnju integraciju događanja u **tematske mjesece ili sezonski prilagođene formate** nastavit će se daljnja promocije destinacije kroz tzv. „**događanja-kampanje**“, koja pozivaju na obilazak destinacije nudeći sadržaj tijekom određenog vremenskog razdoblja. TZ OBŽ će nastaviti razvijati kvalitetu i vidljivost vlastitih destinacijskih događanja koja promoviraju cijelu županiju - **HeadOnEast, Večeri vina i umjetnosti i Vinski mjesec Osječko-baranjske županije/destinacije**. Planirana investicija povećat će se u ovisnosti o financijskim sredstvima **Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent**. TZ OBŽ će također u suradnji s HTZ-om provesti decentralizirane i planirane javne natječaje za dodjelu potpora iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Uz povećanje atraktivnosti destinacije, broja noćenja i potrošnje očekuje se **povećan interes sponzora** za tržište Osječko-baranjske županije, što je rezultat aktivnosti realiziranih 2023. godine.

4.2.2. Aktivni turizam

Outdoor – cikloturizam, hodanje, kajak, jahanje

Tijekom 2024. godine planirano je nastaviti projekt **Slavonija Baranja Outdoors** u suradnji s Upravnim odjelom za turizam, kulturu i sport Osječko-baranjske županije, lokalnim turističkim zajednicama i Športskom zajednicom Osječko-baranjske županije. Nakon izrađenog vizualnog identiteta, standarda signalizacije za biciklističke i pješačko-trkačke staze te mrežne podstranice, u 2024. plan je izraditi outdoor brošuru, karte te Bike & Bed standard. Glavna svrha outdoor brošure je sažeto prikazati cjelokupnu outdoor ponudu Osječko-baranjske županije, dok je razvoj Bike & Bed standarda vezan uz specijaliziranih smještaj i vezane usluge. Na razini županije dodatno će se razviti kriteriji i smjer razvoja ove usluge, uključujući i dodatne uvjete, poticaje, brendiranje, ali i periodičnu kontrolu kvalitete usluge. U 2024. godini nastavit će se s kreiranjem novih pješačkih staza na području cijele županije kao i uređenje, označavanje i održavanje kružnih cikloturističkih staza. Web podstranica će se dodatno urediti s novim promo video i foto materijalima.

Uz to, planirana je daljnja suradnja s Klasterom Slavonija u razvoju brenda i oznake „**Slavonija Outdoor**“. Uz navedene aktivnosti, planirana je podrška **regionalnim manifestacijama** vezanim uz proizvode aktivnog „outdoor“ turizma. Uz navedene aktivnosti, dugoročno je planirana podrška razvoju tematskih hodačkih ruta na najatraktivnijim područjima županije (Bansko brdo, Podunavski put, Krndija, vinogradarska područja i dr.) uz postavljanje „foto-točaka“ u suradnji s lokalnim partnerima (landart intervencije, skulpture i sl.).

4.2.3. Vinski turizam i gastronomija

Početak 2024. godine, od 1.1. započinje provedba novog EU projekta sufinanciranog kroz **Program Interreg Dunav** pod nazivom **#RomansWineDanube – Marketing framework for sustainable cultural tourism development**. Projekt će se baviti razvojem i promocijom Dunavske vinske rute te Rute rimskih careva koja nosi oznaku Kulturne rute Vijeća Europe. Nositelj projekta je **Dunavski centar za kompetencije**, a ukupno je 13 partnera uključeno u provedbu koja će trajati ukupno 30 mjeseci. Projekt se jednako vezuje uz razvoj kulturnog turizma.

TZ OBŽ će nastaviti organizirati događanja koja promoviraju vinski turizam poput **Večeri vina i umjetnosti, Vinskog mjeseca Osječko-baranjske županije/destinacije, WineOs-a Vinatlona** i drugih. Također u

suradnji s HAPIH-om organizirat će se promocije destinacije uz **mobilnu „vinsku prikolicu“** brendiranu u HeadOnEast Croatia / Slavonija & Baranja standardu i to na domaćem tržištu u županijama iz kojih dolazi najveći broj gostiju destinacije. Isti model bit će korišten na tržištima susjednih zemalja. TZ OBŽ će promocije vinske ponude destinacije pratiti s turističkom promocijom iste kroz podržavanje aktivnosti Udruge Graševina Croatica. Nadalje unapređivanje **gastronomске ponude** jedan od glavnih zadataka koji će se realizirati kroz edukacije u suradnji s Regionalnim centrom kompetentnosti Ugostiteljsko-turističke škole u Osijeku, Udruženjem kuhara i slastičara Osječko-baranjske županije i drugim partnerima. Fokus će biti stavljen na promociju ponude **autentičnih jela** od crne slavonske svinje, mesnih prerađevina, podolca, guske te tradicionalnih jela koja mogu biti ponuđena u tradicionalnoj i suvremenoj varijanti (grah u čupu, jela od tijesta, domaći kolači i sl.). To će pratiti **brendiranje** istih s ciljem podizanja vrijednosti ukupne turističke ponude.

4.2.4. Kulturni turizam

Iako ovaj proizvod podrazumijeva gradski turizam, turizam baštine i događanja te vjerski turizam, unutar teksta obrađene su pojedine inicijative vezane za tržišnu valorizaciju i promociju kulturne baštine destinacije. TZ OBŽ uz promociju proizvoda kulturnog turizma, bit će aktivno uključena u projekt **Kulturnih ruta vijeća Europe** te dalje raditi na povećanju vidljivosti kulturne baštine Osječko-baranjske županije. Kako je navedeno u prethodnoj grupi aktivnosti, 1.1.2024. započinje provedba novog projekta sufinanciranog kroz **Program Interreg Dunav** pod nazivom **#RomansWineDanube – Marketing framework for sustainable cultural tourism development**. Projekt će se baviti razvojem i promocijom Dunavske vinske rute, Rute rimskih careva koja nosi oznaku Kulturne rute Vijeća Europe, kao i razvojem kulturno-turističkih „hubova“. Uz komunikaciju, aktivno će se raditi na razvoju doživljaja vezanim uz kulturu kroz modele „**živuće povijesti**“ i **pripovjedanja**, kao i interpretacije baštine. Nastavit će se suradnja s Udrugom Đola, Interpret Europe i drugim partnerima. Također nastavit će se pružati podrška projektima koji promiču baštinu **Bauhaus škole** (značajne osobe Otti Berger i Andor Weininger - Baranja), s ciljem sufinanciranja istih kroz Program Europske komisije **Novi europski Bauhaus**. To se posebno odnosi na izgradnju multimedijalnog turističkog centra „**Čovjek i zemlja**“ u Kneževim vinogradima (stara vinarija Belje), koji će promovirati enogastronomiju Baranje i njenu kulturnu baštinu. Riječ je o projektnom konceptu kojem je Europska komisija krajem 2023. godine odobrila inicijalnu podršku – to je jedan od deset hrvatskih pilot projekata **tehničke pomoći** čiji je cilj podrška lokalnim vlastima u provedbi inicijative Novog europskog Bauhauusa. Osim toga, TZ OBŽ nastavit će pružati stručnu podršku u razvoju sadržaja za buduće turističke i interpretativne centre poput Dvorca Eugena Savojskog u Bilju, osječke Tvrđe i drugih objekata koji će biti u programu obnove ili izgradnje u okviru fondova Europske unije. U suradnji s Udrugom Graševina Croatica i Klasterom Slavonija nastavit će se razvijati i promovirati zajednički premium kulturni proizvod Slavonije i Podunavlja – **povijesne vinarije**, kao raritet na razini Hrvatske.

4.2.5. Ruralni turizam

Jedan od glavnih motiva dolaska je boravak ili posjeta **autentičnih imanja u ruralnom prostoru**. U narednom razdoblju TZ OBŽ će nastaviti educirati dionike o potrebi **razvoja dodatne ponude** na OPG-ovima poput ponude radionica kuhanja tradicionalnih jela na OPG-ovima, uključivanja u radove na imanjima, programe kontakta s domaćim životinjama i slično. Projektne inicijative poput **Mjeseca baranjske kuhinje** potvrđuju da tržište ima interes za takvim proizvodima, a da sami ponuđači nisu svjesni vještina i znanja koje mogu turistički valorizirati kroz naplatu posebnih doživljaja ove vrste. Ruralni turizam spaja i vinske, gastronomске, prirodne i kulturne resurse te će se veći dio aktivnosti koje se odnose na ove

proizvode valorizirati kroz ruralni turizam. Velik dio promotivnih aktivnosti destinacije bit će i dalje usmjeren je na povećanje vidljivosti ponude u ruralnom prostoru destinacije, kao velikom atrakcijskom čimbeniku.

4.2.6. Riječni kruzing

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Vukovarsko-srijemske i Brodsko-posavske županije nastavit će se projekti promocije ponude destinacije za **kruzing industriju**. Kroz redovitu komunikaciju s pružateljima usluga i uključenim agencijama razvijat će se nove usluge i doživljaji za ovu ciljanu skupinu gostiju.

4.2.8. Lov i ribolov

Lov i ribolov će biti sastavni dio aktivnosti koji se odnose na razvoj i promociju proizvoda, a u skladu s projektima i potrebama partnerskih dionika na terenu, te vlastitim mogućnostima, TZ OBŽ će osigurati stručnu podršku u brendiranju i promociji proizvoda kroz promotivne materijale. Podršku će TZ OBŽ osigurati velikim međunarodnim sportskim natjecanjima prema svojim mogućnostima.

4.2.9. Javna turistička infrastruktura

TZ OBŽ nastavit će pružati podršku jedinicama lokalne samouprave tijekom prijave i provedbe projekata razvoja javne turističke infrastrukture sufinanciranih kroz fondove Europske unije, posebno kroz NPOO i ITU mehanizam te Interreg programe suradnje. Tijekom 2023. godine TZ OBŽ bila je uključena u statusu partnera u slijedeće projektne prijave za EU fondove:

- tehnička pomoć NEB: nositelj Općina Kneževi Vinogradi, projekt „Priprema projektno-tehničke dokumentacije za projekte u području digitalne transformacije i zelene tranzicije - **Polivalentni centar "Čovjek i zemlja"**
- NPOO, javna turistička infrastruktura: nositelj Općina Draž, projekt „**Nabava plovila s nultom emisijom ugljika namjenjenih za prijevoz posjetitelja prirodne baštine**“
- NPOO, javna turistička infrastruktura: nositelj Općina Kneževi Vinogradi, projekt „**Unaprjeđenje Sportsko - rekreacijskog centra Kneževi Vinogradi**“
- Interreg Programme CBC Hrvatska-Srbija: nositelj Kneževi Vinogradi, projekt „**Wine Heritage**“
- Interreg Programme CBC Hrvatska-Srbija: nositelj Ekološka udruga Zeleni Osijek, projekt „**Secrets of the Danube**“

Sve navedene projektne prijave uključuju komponentu javne turističke infrastrukture. Aktivnosti TZ OBŽ u projektima vezane su uz edukaciju, razvoj proizvoda i/ili promociju destinacije.

4.2. Komunikacija i oglašavanje

4.2.1. Razvoj brand platforme destinacije – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja

Brand platforma TZ OBŽ – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja strateški je marketinški projekt na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije. Brandiranje destinacije započelo je kroz ovaj projekt 2019. godine, a od 2020. do 2023. godine nastavljena je u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama daljnja standardizacija komunikacija turističkih proizvoda, mikrodestinacija i ukupne ponude destinacije. Brand platforma HeadOnEast Croatia ima tri razine iste važnosti:

- **slogan HeadOnEast Croatia (“kreni na istok Hrvatske”)**

- **modularni vizualni standard** koji se primjenjuje na komunikaciju turističkih proizvoda, mikrodestinacija i ukupne destinacije
- **hedonizam** kao poruka o doživljaju koji destinacija nudi



Razvoj brand platforme je organski proces u ovom slučaju, jer se usuglašava s potrebama razvoja sustava za komunikaciju i upravljanje destinacijom, i kao takav nije klasični projekt brendiranja. Iz branda platforme proizlaze potom proizvodi poput manifestacija, suvenira, posebnih turističkih proizvoda usuglašenog komunikacijskog standarda i dr.

Neki od primjera:



BARANJA
Wine & Walk
Bansko brdo



Fiš & Aljmaš
Velika ALJMAŠKA FIŠIJADA



Kup Borovik

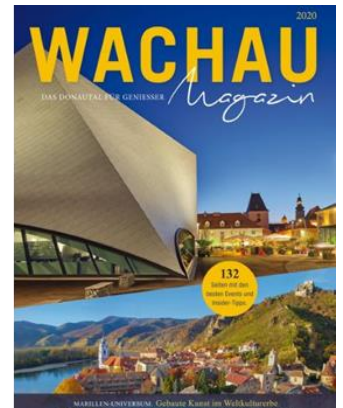


Slavonija & Baranja
Erdut

Tijekom 2024. godine brand platforma će se razvijati kroz pripremu novih kreativnih koncepata, grafičkih rješenja, izradu multimedijalnih sadržaja, produkciju suvenira, oglasnih i promotivnih materijala. U okviru projekta planirana su i daljnja ulaganja u unapređenje i održavanje internet stranice, banku fotografija, pisanih materijala i prijevode.

Uz postojeće promotivne materijale i suvenire, planirano je izdavanje časopisa o destinaciji, a isti će biti distribuiran prema ponuđačima na terenu kao informacija za gosta koji boravi na destinaciji.

Primjer iz Wachau regije:



Iako je izdavanje prve edicije destinacijskog časopisa bilo planirano tijekom 2023. godine, zbog povećanog opsega aktivnosti koje je realizirala TZ OBŽ, kao i koordinacije provedbe projekata za Klaster Slavonija te nedovoljne operativne dostupnosti suradnika-novinar, aktivnost je odgođena za 2024. godinu. Dio projekta je ulaganje u banku fotografija i pisanih tekstova, upravljanje mrežnom stranicom, kao i sve aktivnosti vezane uz promotivne materijale.

4.2.2. Promocija destinacije – HeadOnEast Croatia, Via Slavonija Baranja

TZ OBŽ nastavit će aktivnosti promocije destinacije uz komunikaciju ključnih brandova Osječko-baranjske županije – **HeadOnEast Croatia** i **Via Slavonija Baranja**. Prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, 42/20) 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. Tijekom 2024. godine koristit će se komunikacijska rješenja lansirana 2022. godine, jer ista još nisu doživjela svoj vrhunac iskorištenosti obzirom na smanjena sredstava za promotivnu kampanju tijekom 2023. godine.



U skladu s očekivanim rastom izvornih prihoda slijedom povećanja broja noćenja u Osječko-baranjskoj županiji i rasta prihoda od sustava turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice, Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) slijedom rasta broja noćenja na razini Hrvatske, TZ OBŽ usmjeravat će aktivnosti promocije na tržište **Njemačke** i u slučaju daljnjeg rasta broja noćenja tijekom 2024. godine na **zemlje u okruženju** s naglaskom na **Mađarsku, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju i Sloveniju**. U slučaju mogućnosti, aktivnost promocije realizirat će se i na tržištu Poljske.

Primjer kampanje Pečuh/Mađarska – proljeće/ljeto 2023.:



Najveći dio projekta odnosi će na **oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda** i to putem on-line kanala, potom na offline oglašavanje koje uključuje tisak, televiziju (prema mogućnostima), radio i vanjsko oglašavanje. Projekt uključuje i trošak upravljanja on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.platforme). Prateći trendove u komuniciranju i promociji destinacija, TZ OBŽ će najveći dio ulaganja usmjeriti na on-line oglašavanje. Sva komunikacija provodit će se uz isticanje Slavonije i Baranje i informaciju o nositelju komunikacije - TZ Osječko-baranjske županije.

Tijekom 2024. planiran je nastavak projekata strateških partnerstava vezanih uz avio-linije **München-Osijek (Croatia Airlines)** i **London-Osijek (Ryanair)** u suradnji sa **Zračnom lukom Osijek, Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Grada Osijeka** i prethodno spomenutim avio prijevoznicima. Također planirano je uključivanje u nacionalni projekt strateškog partnerstva s **Hrvatskom turističkom zajednicom** i **Michelin brandom** s fokusom na promociju enogastronomije.

4.2.3. Sajmovi i prezentacije

Tijekom 2024. godine planirane su aktivnosti vezane uz nastup na ciljanim turističkim i gospodarskim sajmovima i izložbama, i to na sajmu **F.re.e. u Münchenu, Alpe Adria u Ljubljani, Ferien-Messe u Beču, Fiets en Wandelbeurs u Utrechtu** i drugim lokacijama u ovisnosti financijskim resursima za nastup na svakom od tržišta i prometnoj povezanosti prema destinaciji. Planirane su i radionice, prezentacije i nastupi najvećim dijelom na nacionalnom tržištu i tržištu zemalja u okruženju, samostalno i u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, Regionalnim centrom kompetentnosti Ugostiteljsko-turističke škole Osijek, Klasterom Slavonija i s DMK tvrtkama. Uz ovaj projekt provodit će se i projekt suradnje s Hrvatskom turističkom zajednicom i Klasterom Slavonija koji uključuje dio navedenih nastupe na sajmovima i prezentacijama.

4.2.4. Studijska putovanja

Tijekom 2024. godine planirane su aktivnosti (su)organizacije studijskih putovanja za predstavnike **turističkih agencija i predstavnike medija** samostalno i u suradnji s predstavnicima sektora, s ciljem

uspostave novih partnerstava u plasmanu destinacije i povećanja vidljivosti ukupne turističke ponude Osječko-baranjske županije.

4.2.5. Klaster Slavonija

TZ OBŽ je dio **Klastera Slavonija** – neformalnog udruženja pet slavonskih županijskih turističkih zajednica. U okviru projekta planiran je daljnji razvoj **branda Slavonija** i **Slavonija Outdoor** u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju kao destinaciju. To se prije svega odnosi na realizaciju zajedničkih promotivnih kampanja i zajedničke nastupe na sajmovima, posebnim prezentacijama i radionicama kroz model neformalnog udruživanja turističkih zajednica te razvoj proizvoda s naglaskom na **enogastronomiju** i **aktivni turizam**. Planirana je prijava zajedničkih projekata na Fond za udružene turističke zajednice. Tijekom 2023. godine lansiran je novi vizualni identitet i slogan kojim pet županijskih turističkih zajednica promovira Slavoniju: **Nema joj ravne**. Tijekom 2024. godine planirana je daljnja promocija destinacije pod istim sloganom.



4.3. Upravljanje 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. Povjerenstvo je tijekom protekle tri godine dalo suglasnost za neformalno udruživanje na razini Baranje, Đakovštine i našičkog kraja. Tijekom 2024. godine TZ OBŽ nastaviti će operativno i savjetodavno pružati podršku lokalnim turističkim zajednicama, neformalno udruženim turističkim zajednicama i jedinicama lokalne samouprave, posebno u aktivnostima koje se odnose na integriranje turističkih proizvoda, promociju i brendiranje u skladu sa svojim zadaćama.

Kroz daljnji razvoj HeadOnEast Croatia – Visit Slavonia Baranja 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. Planiran je nastavak suradnje s Regionalnim centrom kompetentnosti Ugostiteljsko-turističke škole u Osijeku. TZ OBŽ će nastaviti razvijati partnerske platforme koja okupljaju ključne dionike za razvoj pojedinog turističkog proizvoda. Unutar projekta planirane su (su)organizacija i sudjelovanje na edukacijama i stručnim skupovima te sredstva za rad tijela Zajednice.

TZ OBŽ će također u skladu sa zakonskim zadaćama sudjelovati u realizaciji strateškog marketinškog projekta „Hrvatski digitalni turizam“ čiji je koordinator Hrvatska turistička zajednica. Tijekom navedenog razdoblja

unutar projekta planirano je upravljanje sustavom eVisitor, aktivnosti vezane uz edukacijski program te nadzor i koordinaciju sa sustavom turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

U cilju unapređenja kvalitete ponude destinacije plan je razviti tijekom iduće tri 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. Prva faza ove aktivnosti uključuje razvoj sustava godišnjeg nagrađivanja kvalitete i izvrsnosti ponude članova turističke zajednice te daljnji nastavak kroz razvoj sustava označavanja kvalitete. Jednako tako u funkciji promotivnog materijala i sredstva za povećanje lojalnosti posjetitelja planirana je unutar iduće tri godine izrada **HeadOnEast Croatia / Slavonija & Baranja putovnice**, po uzoru za planinarske knjižice za pečate i kao temelj za sustav nagrađivanja lojalnosti destinaciji.

4.5. FONDOVI – posebne namjene

Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu

Planirano je sufinanciranje projekata na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu kroz Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu. Sredstva iz Fonda dodjeljivat će se tijekom 2024. godine osnovi indeksa turističke nerazvijenosti (<http://www.itzg.hr/hr/itr/>). TZ OBŽ u svojstvu RTZ-a dodjeljivat će financijska sredstva prema LTZ sustavu u suradnji Hrvatskom turističkom zajednicom te nadzirati provedbu i proces izvještavanja.

5. PLAN AKTIVNOSTI ZA 2024. GODINU

5.1. PRIHODI

Planirana sredstva: 1.295.000,00 eur

Prihodi su planirani u ukupnom iznosu 1.295.000,00 eur i detaljno su razrađeni u tabličnom prikazu programa rada – strukturi planiranja Turističke zajednice Osječko-baranjske županije koji je sastavni dio dokumenta.

Izvorni prihodi

Planirana sredstva: 185.000,00 eur

Turistička pristojba: 57.000,00 eur

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u 2024. godini u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i gospodarska kretanja tijekom 2023. godine. Nastavno na isto planirano je povećanje prihoda od turističke pristojbe za 4% u odnosu na očekivano izvršenje u 2023. godini, temeljeno na razini povećanja turističkog prometa u 2023. godini.

Turistička članarina: 128.000,00 eur

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u 2024. godini u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i tržišna kretanja tijekom 2023. godine. Nastavno na isto planirano je povećanje prihoda od turističke članarine na razini od 4% u odnosu na očekivano izvršenje u 2023. godini,

zbog razine ukupnih prihoda koje će obveznici iskazati u financijskim izvješćima za 2023. godinu slijedom oporavka tržišta, no i negativnog utjecaja rasta cijene energenata, što će rezultirati manjim povećanjem vrijednosti predujma za turističku članarinu.

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

Planirana sredstva: 230.000,00 eur

Planirana je jednaka razina prihoda od Osječko-baranjske županije u odnosu na utrošena sredstva tijekom 2023. godine, uz prihod namijenjen za programske aktivnosti (177.000,00 EUR) i rad ureda (53.000,00 EUR), u suradnji s Upravnim odjelom za turizam, kulturu i sport Osječko-baranjske županije.

Prihodi od sustava turističkih zajednica:

Planirana sredstva: 430.000,00 eur

Očekuje se 7% povećanje prihoda koji se odnose na sustav turističkih zajednica u odnosu na očekivano izvršenje tijekom 2023. godine. Prihod se odnosi na sredstva plasirana kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fond za udružene turističke zajednice, slijedom povećanja turističkog prometa tijekom 2023. godine. Uz to planiran je prihod od sustava turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije i Klastera Slavonija slijedom suradnje na projektima čiji je nositelj Turistička zajednica Osječko-baranjske županije.

Prihodi iz EU fondova:

Planirana sredstva: 60.000,00 eur

Očekuje se i prihod od EU projekata koji će biti financirani kroz Program transnacionalne suradnje Interreg Dunav 2021.-2027. (Romans Wine Danube) te se očekuje odobrenje minimalno jednog od prijavljenih projekata na pozive Program prekogranične suradnje Hrvatska-Srbija i NPOO.

Preneseni prihodi iz prethodne godine:

Planirana sredstva: 35.000,00 eur

Planiran je i prijenos prihoda iz 2023. godine koji će se iskoristiti za financiranje troškova planiranih aktivnosti tijekom 2024. godine.

Ostali prihodi:

Planirana sredstva: 315.000,00 eur

Planiran je prihod vezan uz realizaciju strateških partnerstava vezanih uz avio prijevoz na emitivnim tržištima i promociju destinacije u suradnji sa Zračnom lukom Osijek i drugim dionicima te za suradnju sa sponzorima manifestacija.

5.2. AKTIVNOSTI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Planirana sredstva: 12.000,00 eur

TZ OBŽ će djelovati tijekom 2024. godine prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine, 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 / Visit Slavonia Baranja, jedan je od strateških marketinških projekata na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije koji će se nastaviti razvijati i tijekom 2024. godine. Tijekom 2024. godine očekuju se nove obaveze za sustav turističkih zajednica povezane s novim Zakonom o turizmu koji bi trebao stupiti na snagu 1.1.2024. godine. Slijedom obaveza povezanih s donošenjem plana upravljanja destinacijom TZ OBŽ planira angažman vanjskih stručnjaka za pripremu potrebnih analiza i dokumentacije.

Uz predviđene rashode, aktivnost će biti realizirana kroz kontinuirani rad djelatnika Zajednice.

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

Planirana sredstva: 12.000,00 eur

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

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

Planiran je izrada plana upravljanja destinacijom sukladno Zakonu o turizmu i pratećim aktima koji će biti usvojeni tijekom 2024. godine. Izrada plana upravljanja biti će realizirana u uskoj suradnji s Osječko-baranjskom županijom i nadležnim tijelima, prema dinamici usvajanja pratećih akata Zakona o turizmu.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta:

Planirana sredstva: 0,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:

Planirana sredstva: 0,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, partneri u realizaciji projekata komunikacije i oglašavanja

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Planirana sredstva: 264.000,00 eur

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

Planirana sredstva: 0,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, Športska zajednica Osječko-baranjske županije

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

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

Planirana sredstva: 70.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, Športska zajednica Osječko-baranjske županije, Udruga Graševina Croatica, JUŽRA OBŽ, HTZ, Dunavski centar za kompetencije, HAPIH

Grupa aktivnosti podrazumijeva razvoj proizvoda vezanih uz aktivni, kulturni i enogastro turizam s ciljem 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 - "Slavonia Baranja Outdoors" aktivni turizam:

Opis i cilj aktivnosti: tijekom 2024. godine planirano je nastaviti projekt Slavonija Baranja Outdoors u suradnji s Upravnim odjelom za turizam, kulturu i sport Osječko-baranjske županije, lokalnim turističkim zajednicama i Športskom zajednicom Osječko-baranjske županije. Nakon izrađenog vizualnog identiteta, standarda signalizacije za biciklističke i pješačko-trkačke staze te mrežne podstranice, u 2024. plan je izraditi outdoor brošuru, karte te Bike & Bed standard. Glavna svrha outdoor brošure je sažeto prikazati cjelokupnu outdoor ponudu Osječko-baranjske županije, dok je razvoj Bike & Bed standarda vezan uz specijaliziranih smještaj i vezane usluge. Na razini županije dodatno će se razviti kriteriji i smjer razvoja ove usluge, uključujući i dodatne uvjete, poticaje, brendiranje, ali i periodičnu kontrolu kvalitete usluge. U 2024. godini nastavit će se s kreiranjem novih pješačkih staza na području cijele županije kao i uređenje, označavanje i održavanje kružnih cikloturističkih staza. Web podstranica će se dodatno urediti s novim promo video i foto materijalima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, LTZ, Športska zajednica Osječko-baranjske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2024.

2.2.2. Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije

Planirana sredstva: 30.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu, HTZ, MINTS, Udruga Graševina Croatica, JUŽRA OBŽ, Dunavski centar za kompetencije

2.2.2.1. Kulturni i vinski turizam – projekt Romans Wine Danube, Interreg Dunav

Opis i cilj aktivnosti: aktivnost se odnosi na provedbu projekta sufinanciranog kroz EU program transnacionalne suradnje Interreg Dunav **#RomansWineDanube – Marketing framework for sustainable cultural tourism development**. Projekt će se baviti razvojem i promocijom Dunavske vinske rute te Rute rimskih careva koja nosi oznaku Kulturne rute Vijeća Europe. Nositelj projekta je **Dunavski centar za kompetencije**, a ukupno je 13 partnera uključeno u provedbu koja će trajati ukupno 30 mjeseci. Projekt se jednako vezuje uz razvoj kulturnog i vinskog turizma. Aktivnosti čija provedba je planirana za 2024. godinu - valorizacija kulturne rute, razvoj i promocija oznake "Vina s Dunava" na razini projekta i druge manje aktivnosti.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu, HTZ, MINTS, Udruga Graševina Croatica, JUŽRA OBŽ, Dunavski centar za kompetencije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2024.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:

Planirana sredstva: 190.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, MINTS, HTZ, LTZ, JLS na području OBŽ

Tijekom 2024. godine planirana je podrška razvoju turističkih događanja kroz (su)organizaciju sljedećih destinacijskih događanja: **HeadOnEast, Večer vina i umjetnosti i Vinski mjesec Osječko-baranjske županije/destinacije**. Riječ o manifestacijama čiji je organizator TZ OBŽ koje uz generiranje noćenja i atraktivnih sadržaja u destinaciji, predstavljaju imidž proizvode koji direktno doprinose promociji i vidljivosti destinacije kroz intenzivnu medijsku zastupljenost na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Uz to, planirano je sufinanciranje i suorganizacija drugih manifestacija od lokalnog do međunarodnog značaja.

2.3.1 Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ:

Planirana sredstva: 164.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ/MINTS, HAPIH, Udruga Graševina Croatica

2.3.1.1. HeadOnEast festival

Opis i cilj aktivnosti: HeadOnEast festival je najveća manifestacija koju suorganizira 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 koji je 2022. godine zabilježio oko 25.000 posjetitelja, a 2023. godine je realiziran samo tijekom 1.5 dana slijedom odluke Stožera civilne zaštite OBŽ zbog ekološke katastrofe – požara u tvornici Drava International. Događaj je bio finalist za nagradu najboljeg događaja godine na Danima hrvatskog turizma 2023. Troškovi se odnose na: montažu i najam kućica i štandova, najam i montažu bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorare i putne troškove za izvođače, umjetničke skulpture i instalacije, logističku podršku manifestaciji, troškove uređenja prostora, medijsko pokroviteljstvo i oglašavanje, čišćenje površina te organizacija programa HeadOnEast-a.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ/MINTS, Grad Osijek, Kulturni centar Osijek, Sveučilište J.J. Strossmayer u Osijeku

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 125.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2024.

2.3.1.2. Večer vina i umjetnosti

Opis i cilj aktivnosti: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije tradicionalno organizira Večer vina i umjetnosti, čija se realizacija planira tijekom 2024. godine u lipnju i/ili srpnju. Troškovi se odnose na: prijevoz i montažu štandova, najam i montažu bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorar i putni troškovi za izvođače, logističku podršku manifestaciji, troškove uređenja prostora, oglašavanje i dr.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2024.

2.3.1.3. Vinski mjesec Osječko-baranjske županije/destinacije

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. Manifestacija počiva na konceptu **četiri vinogorja – četiri vikenda vinskog hedonizma**. Troškovi se odnose na participaciju u troškovima pripreme promotivnog materijala, promocije, logističku podršku manifestaciji, suorganizaciju vinskih radionica, oglašavanje i dr.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj-srpanj 2024.

2.3.1.4. Oprema za realizaciju manifestacija

Opis i cilj aktivnosti: aktivnost se odnosi na nabavku i skladištenje opreme potrebne za realizaciju manifestacija na području Osječko-baranjske županije. Uključuje nabavku štandova, kupola, šatora, scenografskih elemenata, suncobrana, opreme za sjedenje, stolove i sličan profil opreme te skladištenje i upravljanje istim.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

2.3.2 Potpora manifestacijama:

Planirana sredstva: 28.000,00 eur

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

Tijekom 2024. godine planirano je sufinanciranje i suorganizacija drugih manifestacija od lokalnog do međunarodnog značaja.

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 statusu partnera/suorganizatora u okviru planiranih 18.000,00 eura. Također Turistička zajednica će podupirati manifestacije i kroz oglašavanje te kroz druge oblike suradnje sukladno mogućnostima. Turistička zajednica Osječko-baranjske županije ne daje klasične potpore nego financira određene programe i potrebe u okviru manifestacija kao partner. Troškovi se odnose na: prijevoz i montažu štandova, najam i montažu bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorar i putni troškovi za izvođače, logističku podršku manifestaciji, troškove uređenja prostora, oglašavanje i dr.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 18.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2024.

2.3.2.2 Nacionalne i međunarodne manifestacije

Opis i cilj aktivnosti: Posebno su planirana sredstava u iznosu od 10.000,00 eura za partnerstvo u realizaciji manifestacija nacionalnog i međunarodnog značaja vezanih uz ključne proizvode destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

2.4. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

Tijekom 2024. godine planirana su minimalna sredstava za suradnju s LTZ, JLS i OBŽ vezana uz jačanje ponude javne turističke infrastrukture.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

2.5. Podrška turističkoj industriji

Opis i cilj aktivnosti: Tijekom 2024. godine planirana je suradnja s turističkim agencijama kojima će se pružiti podrška kroz osiguranje dijela programa tijekom obilaska destinacije – vođenje, living history program i slično. Posebno se to odnosi na organizatore kongresnim događanja u destinaciji.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Planirana sredstva: 829.500,00 eur

Kako je jedna od glavnih zadaća regionalne turističke zajednice upravo promocija destinacije, TZ OBŽ slijedom projekata odobrenih za sufinanciranje od strane Hrvatske turističke zajednice kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koji su uspješno realizirani tijekom 2023. godine, planira nastaviti intenzivne investicije promocije destinacije na ključnim tržištima. Temelj za rast ulaganja je uspješno realizirana ukupna turistička aktivnost u Republici Hrvatskoj tijekom 2023. godine, koja je rezultirala povećanjem vrijednosti Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice za 2024. godinu. Uz to najveće investicije u ovoj grupi aktivnosti su planirane kroz projekte Strateških partnerstava sa zračnim prijevoznicama, Michelin brandom i Hrvatskom turističkom zajednicom. Na županijskoj razini projekti strateških partnerstava realizirat će se u suradnji sa Zračnom lukom Osijek, TZ Grada Osijeka, Gradom Osijekom i Osječko-baranjskom županijom.

3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture:

Planirana sredstva: 10.000,00 eur

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

3.1.1. HeadOnEast Croatia / Visit Slavonija Baranja brand platforma

Opis i cilj aktivnosti: Brand platforma TZ OBŽ – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja strateški je marketinški projekt na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije. Brandiranje destinacije započelo je kroz ovaj projekt 2019. godine, a tijekom razdoblja od 2020. do 2023. godine nastavljena je u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama daljnja standardizacija komunikacija turističkih proizvoda, mikrodestinacija i ukupne ponude destinacije. Tijekom 2024. godine brand platforma će se razvijati kroz pripremu novih grafičkih rješenja potrebnih za aktivnosti brendiranja destinacije. Cilj aktivnosti je razvoj konkurentne, ujednačene i suvremene komunikacijske platforme za promociju destinacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda:

Planirana sredstva: 235.000,00 eur

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

Provođenje aktivnosti operativnog marketinga u kojem se najveći dio ulaganja odnosi na on-line oglašavanje, potom na oglašavanje u tisku, radiju te vanjskom prostoru. TZ OBŽ kao RTZ će tijekom 2024. godine koordinirati aktivnosti promocije i komunikacije na području svoje nadležnosti u skladu sa zadaćama regionalnih turističkih zajednica. Također je planirana realizacija zajedničkih promotivnih kampanji u suradnji s turističkim zajednicama na području Osječko-baranjske županije kroz partnersko udruženo oglašavanje čiji je nositelj Turistička zajednica Osječko-baranjske županije. Sva komunikacija provodit će se i dalje uz isticanje Slavonije i Baranje kao destinacije iza branda i TZ OBŽ kao nositelja komunikacije. Najveći dio projekta odnosit će na **oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda** i to putem on-line kanala, potom na offline oglašavanje koje uključuje tisak, televiziju, radio i vanjsko oglašavanje. Projekt uključuje i trošak upravljanja on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.platforme). Prateći trendove u komuniciranju i promociji destinacija, TZ OBŽ će najveći dio ulaganja usmjeriti na on-line oglašavanje.

3.2.1. On-line oglašavanje

Planirana sredstva: 126.000,00 eur

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

TZ OBŽ nastavit će aktivnosti promocije destinacije uz komunikaciju ključnih brandova Osječko-baranjske županije – **HeadOnEast Croatia i Visit Slavonia Baranja**. Najveći dio ulaganja u oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda odnosi se na on-line kanale (52%). Grupa aktivnosti uključuje i trošak upravljanja on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.).

3.2.1. On-line oglašavanje

Planirana sredstva: 126.000,00 eur

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 52% 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: 118.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.2.1.2. Upravljanje on-line oglašavanjem

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

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.2.2. Off-line oglašavanje

Planirana sredstva: 69.000,00 eur

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

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.

3.2.2.1. 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: 24.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.2.2.2. 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: 20.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.2.2.3. 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: 25.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

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: 40.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Planirana sredstva: 14.000,00 eur

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

3.3.1. Studijska putovanja - novinari

Opis i cilj aktivnosti: posebno kvalitetan način promocije su studijska putovanja novinara. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom te samostalno, nastaviti će se rad na ovom projektu i u 2024. 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: 4.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.3.2. HeadOnEast kampanja – ambasadori destinacije

Opis i cilj aktivnosti: posebno kvalitetan način promocije danas je suradnju s utjecajnim promotorima, poznatim pod nazivom „influenceri“. Suradnja s ovom vrstom „ambasadora destinacije“ se pokazala vrijednom u smislu povećanje vidljivosti destinacije kroz angažman promotora posebnih proizvoda.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Planirana sredstva: 486.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, Zračna luka Osijek, Klaster Slavonija, OBŽ

TZ OBŽ će s **Klasterom Slavonija** nastaviti surađivati kroz projekte zajedničkih kampanja oglašavanja i razvoja novih integriranih proizvoda u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju od 2019. do 2025. godine. Uz to planirana je realizacija aktivnosti vezanih uz strateška partnerstva u suradnji sa **Zračnom lukom Osijek** (promocija destinacije vezana uz domaće, njemačko i druga tržišta.), Hrvatskom turističkom zajednicom, touroperatorima, avio prijevoznicima te uključivanje u nacionalni projekt suradnje s brandom Michelin.

3.4.1. Klaster Slavonija - projekti

Opis i cilj aktivnosti: TZ OBŽ će s **Klasterom Slavonija** nastaviti surađivati kroz projekte zajedničkih kampanja oglašavanja i razvoja novih integriranih proizvoda u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju od 2019. do 2025. godine. Cilj aktivnosti je povećanje konkurentnosti i vidljivosti ukupne destinacije „Slavonija“. Uz to planirana je suradnja s Klasterom Slavonija u razvoju brenda i oznake „Outdoor Slavonija“ i daljnji razvoj zajedničke cikloturističke rute koja se veže uz Slavonski planinarski put, koji je ujedno prva službeno uspostavljena planinarska obilaznica u Hrvatskoj (1957.g.). U okviru projekata suradnje planirani su zajednički nastupi na sajmovima u inozemstvu, na ključnim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija, OBŽ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 36.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.4.2. Strateški projekti (touroperatorima, avio linije, stručni portali)

Opis i cilj aktivnosti: U okviru projekta planiran je nastavak promocije i projekata strateških partnerstava vezanih uz avio-linije Munchen-Osijek (Croatia Airlines) i London-Osijek (Ryanair) u suradnji sa Zračnom lukom Osijek, Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Grada Osijeka i prethodno spomenutim avio prijevoznicima. Također planirano je uključivanje u nacionalni projekt strateškog partnerstva s Hrvatskom turističkom zajednicom i Michelin brandom s fokusom na promociju enogastronomije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, OBŽ, Zračna luka Osijek, LTZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 450.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

Planirana sredstva: 19.000,00 eur

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

Tijekom 2024. godine planirane su aktivnosti vezane uz nastup na ciljanim turističkim i gospodarskim sajmovima i izložbama, i to na sajmu **F.re.e. u Munchenu, Alpe Adria u Ljubljani, Ferien-Messe u Beču, Fiets en Wandelbeurs u Utrechtu** i drugim lokacijama u ovisnosti financijskim resursima za nastup na svakom od tržišta i prometnoj povezanosti prema destinaciji. Planirane su i radionice, prezentacije i nastupi najvećim dijelom na nacionalnom tržištu i tržištu zemalja u okruženju, samostalno i u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, Regionalnim centrom kompetentnosti Ugostiteljsko-turističke škole Osijek, Klasterom Slavonija i s DMK tvrtkama. Uz ovaj projekt provodit će se i projekt suradnje s Hrvatskom

turističkom zajednicom i Klasterom Slavonija koji uključuje dio navedih nastupe na sajmovima i prezentacijama.

3.5.1. Samostalni nastupi i prezentacije

Opis i cilj aktivnosti: Tijekom 2024. godine planirane su aktivnosti vezane uz nastup na ciljanim turističkim tržištima. Samostalne aktivnosti planirat će se u ovisnosti zajedničkih nastupa s Klasterom Slavonija i prijavi projekta sufinanciranja na Fond za udružene turističke zajednice. Planirane su i radionice, prezentacije i nastupi najvećim dijelom na nacionalnom tržištu i tržištu zemalja u okruženju, samostalno i u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, Regionalnim centrom kompetentnosti Ugostiteljsko-turističke škole Osijek i s DMK tvrtkama. Trošak se odnosi na tehničku produkciju nastupa, najam prostora i PR. 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: 13.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

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. Tijekom 2024. godine planirane su aktivnosti vezane uz nastup na ciljanim turističkim i gospodarskim sajmovima i izložbama, i to na sajmu **F.re.e. u Munchenu, Alpe Adria u Ljubljani, Ferien-Messe u Beču, Fiets en Wandelbeurs u Utrechtu** i drugim lokacijama u ovisnosti financijskim resursima za nastup na svakom od tržišta i prometnoj povezanosti prema destinaciji. Planirane su i radionice, prezentacije i nastupi u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, Klasterom Slavonija i s DMK tvrtkama. Uz ovaj projekt provodit će se i projekt suradnje s Hrvatskom turističkom zajednicom i Klasterom Slavonija koji uključuje dio navedih nastupe na sajmovima i prezentacijama. Trošak se odnosi na tehničku produkciju nastupa, najam prostora i PR. 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: 6.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

Planirana sredstva: 6.000,00 eur

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

3.6.1. DMK - razvoj i prezentacije

Opis i cilj aktivnosti: sufinanciranje nastupa lokalnih DMK agencija na B2B radionicama u organizaciji Hrvatske turističke zajednice, prezentacijama i nastupima na tržištu Hrvatske, Slovenije, Mađarske, Njemačke i drugim relevantnim tržištima, u suradnji s TZ OBŽ. 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, HTZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.6.2. Studijska putovanja – turističke agencije

Opis i cilj aktivnosti: posebno kvalitetan način promocije su studijska putovanja turoperatora. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom kao i samostalno, nastaviti će se rad na ovom projektu i u 2024. godini. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz predstavljanje destinacije zainteresiranim turističkim agencijama i touroperatorima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, Klaster Slavonija
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

Planirana sredstva: 42.000,00 eur
Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ

3.7.1. Priprema promotivnog materijala

Opis i cilj aktivnosti: priprema grafičkih rješenja usklađenih s prethodno postavljenim vizualnim standardom. Trošak se odnosi na trošak dizajna, grafičke pripreme i koordinacije pripreme promotivnih materijala, koji uključuju i nove suvenire.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 12.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.7.2. Izrada promotivnog materijala

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na dotisak promotivnih materijala i izradu novih, uključujući i suvenire za potrebe nastupa na primarnim tržištima, u suradnji s HTZ-om, Osječko-baranjskom županijom, Klasterom Slavonija i samostalno. Cilj aktivnosti je ujednačena komunikacija destinacije putem promotivnih materijala.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.8. Internetske stranice:

Planirana sredstva: 4.000,00 eur
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. Tijekom 2024. 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: 2.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.8.2. Održavanje internet stranice

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

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

Planirana sredstva: 12.000,00 eur

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

3.9.1. Banka fotografija, video 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, uključujući samostalne i partnerske aktivnosti oglašavanja i komunikacije. Trošak uključuje izradu novih tekstova, kupovinu autorskih prava za fotografije i slično. Cilj aktivnosti je ujednačena komunikacija destinacije putem promotivnih materijala.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.500,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

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: 2.500,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti:

Planirana sredstva: 1.500,00 eur

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

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. Uz navedeno TZ OBŽ će investirati u potrebnu dokumentaciju za smeđu signalizaciju koja će biti realizirana u suradnji JLS.

3.10.1. Izrada elaborata za smeđu signalizaciju:

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na potrebe sufinanciranja troška izrade elaborata za postavljanje smeđe signalizacije na području JLS. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude proizvoda destinacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.500,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Planirana sredstva: 13.500,00 eur

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

Planirana sredstva: 1.500,00 eur

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

Tijekom 2024. godine unutar grupe aktivnosti planirano je upravljanje sustavom eVisitor i platformom Hrvatski digitalni turizam u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom.

4.1.1. Hrvatski digitalni turizam i dr.projekti - tehnička podrška

Opis i cilj aktivnosti: trošak se odnosi na pružanje tehničke podrške od vanjskog partnera u upravljanju platformom Hrvatski digitalni turizam u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i sustavnom lokalnih turističkih zajednica. Riječ je o tehnički vrlo zahtjevnoj on-line platformi za koju je potrebna usluga vanjskog suradnika kako bi se učinkovito realizirale zadaće TZ OBŽ i sustava LTZ-a.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.500,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

4.2 Stručni skupovi i edukacije:

Planirana sredstva: 6.000,00 eur
Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

4.2.1. Stručni skupovi i edukacije

Opis i cilj aktivnosti: tijekom 2024. godine planirane su (su)organizacija i sudjelovanje na edukacijama i stručnim skupovima na području Osječko-baranjske županije, međunarodnoj, nacionalnoj i regionalnoj razini. Cilj aktivnosti je povećanje razine znanja dionika s području Osječko-baranjske županije u okviru tema relevantnih za razvoj sektora.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 6.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

4.3. Koordinacija i nadzor:

Planirana sredstva: 4.000,00 eur
Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS

4.3.1. Koordinacija sa sustavom turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini i drugim dionicima sektora

Opis i cilj aktivnosti: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije nastaviti 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. 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. 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 2024. godini nastaviti će se redovita suradnja i 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), Hrvatskom turističkom zajednicom, Ministarstvom turizma i sporta i drugim partnerima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

Planirana sredstva: 2.000,00 eur

TZ OBŽ planira razvijati sustav za upravljanje kvalitetom destinacijom u okviru redovite djelatnosti u inicijativama i projektima vezanim uz upravljanje destinacijom, te posebno kroz daljnji razvoj HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja brand platforme i na razvoj sustava upravljanja kvalitetom na razini destinacije. Srednjoročni cilj je uvođenje nagrade za kvalitetu i istoimeno standard kao sastavni dio platforme. Trošak se odnosi na pripremu potrebne dokumentacije i procedura za razvoj sustava.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša:

Planirana sredstva: 0,00 eur
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: 1.000,00 eur

5.1. Domaće strukovne i sl.organizacije:

Planirana sredstva: 500,00 eur
Nositelj i partneri: TZ OBŽ, LTZ

Planirani trošak odnosi se na uključivanje u inicijative razvoja proizvoda na nacionalnoj razini.

5.2. Međunarodne strukovne i sl.organizacije:

Planirana sredstva: 500,00 eur
Nositelj i partneri: TZ OBŽ, LTZ

TZ OBŽ nastaviti će djelovati kao član Dunavskog centra za kompetencije koji okuplja dionike unutar Dunavske makroregije te se dominantno bavi razvojem turizma u dunavskom slivu, uz mogućnost proširenja suradnje s drugim organizacijama.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Planirana sredstva: 170.000,00 eur

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.

6.1. Rashodi za zaposlene:

Planirana sredstva: 142.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Opis: rashodi za pet zaposlenih obuhvaćaju neto plaće, poreze, prireze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene. Grupa aktivnosti također obuhvaća troškove prijevoza na posao i troškove putovanja vezanih uz redovitu djelatnost TZ OBŽ.

6.1.1. Bruto plaća

Opis: rashodi za pet djelatnika Turističke zajednice Osječko-baranjske županije obuhvaćaju trošak neto plaće, poreze, prireze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 125.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

6.1.2. Troškovi putovanja

Opis: troškove prijevoza na posao, lokalnih i drugih putovanja vezan uz redovitu djelatnost TZ OBŽ.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

6.1.3. Ostali rashodi za zaposlene

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

6.2. Rashodi ureda:

Planirana sredstva: 26.000,00 eur

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 i osiguranja zaposlenika, troškove poštarine, trošak revizije poslovanja, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi tekućeg održavanja računalne opreme i drugog. Planirano je povećanje troškova u odnosu na 2023. godinu zbog rasta troškova energenata i ostalih nematerijalnih troškova. Uz navedene troškove provedbe plana rada tijekom 2024. godine planiran je i trošak amortizacije u iznosu od 1.400,00 eur u nematerijalnim troškovima.

6.2.1. Materijalni troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

6.2.2. Nematerijalni troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 18.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

6.2.3. Ostali troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

6.3. Tijela turističke zajednice:

Planirana sredstva: 2.000,00 eur

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: 2.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2024.

7. REZERVA

Planirana sredstva: 5.000,00 eur

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: 200.000,00 eur

Planirano je sufinanciranje projekata na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu kroz Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu. TZ OBŽ u suradnji s HTZ-om provesti decentralizirane i planirane javne natječaje za dodjelu potpora iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Početkom 2024. godine očekuje se objava vezanog natječaja iz kojeg bi se trebala financirati ova stavka. Sredstava iz Fonda dodjeljivat će se 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. Temelj za planirani rast sredstava je uspješno realizirana ukupna turistička aktivnost u Republici Hrvatskoj tijekom 2023. godine, koja je rezultirala povećanjem vrijednosti Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent za 2024. godinu.

10. STRUKTURA PLANIRANJA – tablični prikaz

10.1 Prihodi

FINACIJSKI PRIKAZ PLANA RADA TZ OBŽ - 2024.						
RB	KONTO	PRIHODI	PLAN 2023. (u EUR)	PLAN 2024. (u EUR)	indeks PLAN 2024 / PLAN 2023	STRUKTURA %
1.		Izvorni prihodi	139,358.95	185,000.00	132.75	14.29
	1.1.	Turistička pristojba	42,471.30	57,000.00	134.21	4.40
	1.2.	Članarina	96,887.65	128,000.00	132.11	9.88
2.		Prihodi iz proračuna Osječko-baranjske županije	199,084.21	230,000.00	115.53	17.76
	2.1.	za programske aktivnosti	145,995.09	177,000.00	121.24	13.67
	2.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	53,089.12	53,000.00	99.83	4.09
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	407,459.02	480,000.00	117.80	37.07
	3.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	384,896.14	430,000.00	111.72	33.20
	3.2.	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	9,290.60	40,000.00	430.54	3.09
	3.3.	Ostali prihodi od sustava turističkih zajednica	13,272.28	10,000.00	75.35	0.77
4.		Prihodi iz EU fondova	69,015.86	50,000.00	72.45	3.86
	4.1.	Interreg Danube #RomanWineRoute	43,798.53	30,000.00	68.50	2.32
	4.2.	ostali EU projekti	25,217.33	20,000.00	79.31	1.54
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	0.00	0.00	0.00	0.00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	21,766.54	35,000.00	160.80	2.70
7.		Ostali prihodi	132,722.81	315,000.00	237.34	24.32
		SVEUKUPNO	969,407.39	1,295,000.00	133.59	100.00

10.2 Rashodi

RB	KONTO	AKTIVNOSTI	PLAN 2023. (u EUR)	PLAN 2024. (u EUR)	indeks PLAN 2024 / PLAN 2023	STRUKTURA %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	2,654.46	12,000.00	452.07	0.93
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	2,654.46	12,000.00	452.07	0.93
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0.00	0.00	0.00	0.00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0.00	0.00	0.00	0.00
		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE - UKUPNO	2,654.46	12,000.00	452.07	0.93
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	175,725.00	264,000.00	150.23	20.39
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0.00	0.00	0.00	0.00
	2.1.1.	"Outdoor" turistički proizvod - resursna osnova za razvoj aktivnog turizma	0.00	0.00	0.00	0.00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	19,112.08	70,000.00	366.26	5.41
	2.2.1.	Razvoj proizvoda na razini destinacije - "Slavonia Baranja Outdoors" aktivni turizam	13,272.28	40,000.00	301.38	3.09
	2.2.2.	Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije	5,839.80	30,000.00	513.72	2.32
	2.2.2.1.	Kulturni i vinski turizam - RomansWineDanube, Interreg Dunav	5,839.80	30,000.00	513.72	2.32
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	138,031.72	190,000.00	137.65	14.67
	2.3.1.	Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ	104,851.02	164,000.00	156.41	12.66
	2.3.1.1.	HeadOnEast festival	76,979.23	125,000.00	162.38	9.65
	2.3.1.2.	Večer vina i umjetnosti	15,926.74	25,000.00	156.97	1.93
	2.3.1.3.	Vinski mjesec destinacije (GO i ostala događanja, promocija i sl.)	11,945.05	4,000.00	33.49	0.31
	2.3.1.4.	Oprema za realizaciju manifestacija	0.00	10,000.00	0.00	0.77
	2.3.2.	Potporna manifestacijama	33,180.70	26,000.00	78.36	2.01
	2.3.2.1.	Regionalne i lokalne manifestacije	19,908.42	18,000.00	90.41	1.39
	2.3.2.2.	Nacionalne i međunarodne manifestacije	13,272.28	8,000.00	60.28	0.62

	2.4.		Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom	18,581.19	2,000.00	10.76	0.15
	2.4.1.		Wine Tour vinoteke – EU IPA IIIC održivost	3,981.68	0.00	0.00	0.00
	2.4.1.1.		Aktivnosti vezane uz razvoj i održivost Wine tour projekta 2023.	3,981.68	0.00	0.00	0.00
	2.4.2.		Centar za posjetitelje Tvrđa	14,599.51	0.00	0.00	0.00
	2.5.		Podrška turističkoj industriji	0.00	2,000.00	0.00	0.15
			RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA - UKUPNO	175,725.00	264,000.00	150.23	20.39
3.			KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	605,216.01	829,500.00	137.06	64.05
	3.1.		Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	7,963.37	10,000.00	125.57	0.77
	3.1.1.		HeadOnEast Croatia / Visit Slavonija Baranja brand platforma	7,963.37	10,000.00	125.57	0.77
	3.2.		Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	240,228.29	235,000.00	97.82	18.15
	3.2.1.		On-line oglašavanje	181,830.25	126,000.00	69.30	9.73
	3.2.1.1.		On-line oglašavanje	168,557.97	118,000.00	70.01	9.11
	3.2.1.2.		Upravljanje on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.)	13,272.28	8,000.00	60.28	0.62
	3.2.2.		Offline oglašavanje	43,798.53	69,000.00	157.54	5.33
	3.2.2.1.		Oglašavanje u tisku	17,253.97	24,000.00	139.10	1.85
	3.2.2.2.		TV i radio oglašavanje	3,981.68	20,000.00	502.30	1.54
	3.2.2.3.		Vanjsko oglašavanje	22,562.88	25,000.00	110.80	1.93
	3.2.3.		Produkcija oglasnih materijala (tisak, snimanje i sl.)	14,599.51	40,000.00	273.98	3.09
	3.3.		Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	7,963.37	14,000.00	175.81	1.08
	3.3.1.		Studijska putovanja - novinari	3,981.68	4,000.00	100.46	0.31
	3.3.2.		HeadOnEast kampanja - ambasadori destinacije 2023. / 2024	3,981.68	10,000.00	251.15	0.77
	3.4.		Marketinške i poslovne suradnje	282,035.97	486,000.00	172.32	37.53
	3.4.1.		Klaster Slavonija - projekti	9,954.21	36,000.00	361.66	2.78
	3.4.2.		Strateški projekti (touroperatori, avio linije, stručni portali, standardi)	272,081.76	450,000.00	165.39	34.75
	3.5.		Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	15,926.74	19,000.00	119.30	1.47
	3.5.1.		Samostalni nastupi i prezentacije	11,945.05	13,000.00	108.83	1.00
	3.5.2.		Nastupi u suradnji s Klasterom Slavonija I HTZ-om	3,981.68	6,000.00	150.69	0.46
	3.6.		Suradnja s organizatorima putovanja	3,981.68	6,000.00	150.69	0.46
	3.6.1.		DMK - razvoj i prezentacije	1,327.23	3,000.00	226.04	0.23
	3.6.2.		Studijska putovanja - turističke agencije	2,654.46	3,000.00	113.02	0.23
	3.7.		Kreiranje promotivnog materijala	31,853.47	42,000.00	131.85	3.24
	3.7.1.		Priprema promotivnog materijala	6,636.14	12,000.00	180.83	0.93
	3.7.2.		Izrada promotivnog materijala i suvenira	25,217.33	30,000.00	118.97	2.32
	3.8.		Internetske stranice	5,972.53	4,000.00	66.97	0.31
	3.8.1.		Razvoj internet stranice	3,981.68	2,000.00	50.23	0.15
	3.8.2.		Održavanje stranice	1,990.84	2,000.00	100.46	0.15
	3.9.		Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	7,963.37	12,000.00	150.69	0.93
	3.9.1.		Banka fotografija, video materijala i pisanih materijala	3,981.68	9,500.00	238.59	0.73
	3.9.2.		Prijevod	3,981.68	2,500.00	62.79	0.19
	3.10.		Turističko-informativne aktivnosti	1,327.23	1,500.00	113.02	0.12
	3.10.1.		Izrada elaborata za smeđu signalizaciju	1,327.23	1,500.00	113.02	0.12
			KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE - UKUPNO	605,216.01	829,500.00	137.06	64.05

4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	13,272.28	13,500.00	101.72	1.04
4.1.		Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	1,327.23	1,500.00	113.02	0.12
4.1.1.		Hrvatski digitalni turizam i dr.projekti - tehnička podrška	1,327.23	1,500.00	113.02	0.12
4.2.		Stručni skupovi i edukacije	5,308.91	6,000.00	113.02	0.46
4.2.1.		Stručni skupovi i edukacije	5,308.91	6,000.00	113.02	0.46
4.3.		Koordinacija i nadzor	2,654.46	4,000.00	150.69	0.31
4.3.1.		Koordinacija sa sustavom turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini i drugim dionicima sektora	2,654.46	4,000.00	150.69	0.31
4.4.		Upravljanje kvalitetom u destinaciji	3,981.68	2,000.00	50.23	0.15
4.5.		Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	0.00	0.00	0.00	0.00
		DESTINACIJSKI MENADŽMENT - UKUPNO	13,272.28	13,500.00	101.72	1.04
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	796.34	1,000.00	125.57	0.08
5.1.		Međunarodne strukovne i sl. organizacije	398.17	500.00	125.57	0.04
5.2.		Domaće strukovne i sl. organizacije	398.17	500.00	125.57	0.04
		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA - UKUPNO	796.34	1,000.00	0.00	0.08
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	159,930.98	170,000.00	106.30	13.13
6.1.		Rashodi za zaposlene	131,395.58	142,000.00	108.07	10.97
6.1.1.		Bruto plaća	119,450.53	125,000.00	104.65	9.65
6.1.2.		Troškovi putovanja	7,963.37	8,000.00	100.46	0.62
6.1.3.		Ostali rashodi za zaposlene	3,981.68	9,000.00	226.04	0.69
6.2.		Rashodi ureda	27,208.18	26,000.00	95.56	2.01
6.2.1.		Materijalni troškovi	3,318.07	4,000.00	120.55	0.31
6.2.2.		Nematerijalni troškovi	19,908.42	18,000.00	90.41	1.39
6.2.3.		Ostali troškovi	3,981.68	4,000.00	100.46	0.31
6.3.		Tijela turističke zajednice	1,327.23	2,000.00	150.69	0.15
6.3.1.		Sjednice tijela, predstavljanje Tijela	1,327.23	2,000.00	150.69	0.15
6.4.		Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0.00	0.00	0.00	0.00
		ADMINISTRATIVNI POSLOVI - UKUPNO	159,930.98	170,000.00	106.30	13.13
7.		REZERVA	11,812.33	5,000.00	42.33	0.39
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
		SVEUKUPNO 1	969,407.39	1,295,000.00	133.59	100.00
		PRIHODI - KONTROLA				
9.		FONDOVI - posebne namjene				
9.1.		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	199,084.21	200,000.00	100.46	15.44
9.2.		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0.00	0.00	0.00	0.00
		SVEUKUPNO 2	199,084.21	200,000.00	100.46	15.44
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	1,168,491.60	1,495,000.00	100.46	15.44

PRILOG I.

Turistička resursno-atraksijska 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. Obnova Tvrđe jedan je od najvažnijih projekata podizanja atraktivnosti na prostoru županije, pa i cijele regije.

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 crkvice 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 ponuda Županije povećala kroz investiciju Parka prirode Kopački rit u kompleks dvorca Tikveš u kojem je u svibnju otvoren novi edukacijsko-prezentacijski centar. 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 jednom od najvećih vinskih bačvi 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. Hodočasničko središte Aljmaš od 2023. godine ima i Memorijalni centar koji prenamijenio vojni bunker iz 50-ih u mjesto posvećeno umjetnosti i duhovnosti.

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, WineOs - međunarodni festival vina, delicija i ugodnog življenja, Dionizijev festival - Kazališni susret, Uskršni gastro fest Đakovo, Proljetni vašar u Karancu, Craft Beer Festival Osijek, Đakovo Expo Zlatne ruke, Večer vina i umjetnosti, Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe 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, Beliščanska 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 lvandvoru. 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 kupaće 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 raspoloža 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.