

***Program rada  
Turističke zajednice Osječko-baranjske županije  
za 2025. godinu***

Materijal pripremila:  
Ivana Jurić  
prosinac, 2024.

## 0. UVOD

Program rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2025. 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** (NN 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.

Osim toga, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije djelovat će u skladu sa **Zakonom o turizmu** (NN 156/2023-2382), usmjerenom na održivi razvoj i upravljanje sustavom turizma. U tom smislu na razini Osječko-baranjske županije upravljat će izradom i praćenjem realizacije **Plana upravljanja destinacijom** koji se donosi na četverogodišnjoj razini, počevši od 2025. godine.

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 u pravilu bilježi visoku sezonu od travnja do lipnja te od rujna do studenoga, odnosno u vrijeme pred i post sezone definirane na nacionalnoj razini. Primjetan je utjecaj dinamike priljeva gostiju tijekom ljetnih mjeseci koji je u izravnoj korelaciji s dinamikom posjete destinacijama na Jadranu, jer se u tom razdoblju u destinaciji zadržavaju 1 do 3 noći gosti koji su u transferu prema priobalju. Tako 2023. godine, u prvoj punoj post-korana sezoni, bilježimo visok rast gostiju tijekom ljeta, dok to nije bilo slučaj 2024. godine kad se bilježi i jači skok cijena usluga na priobalju. 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. 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, 2023. godina zabilježila je dosada rekordne rezultate u turističkim kretanjima, a 2024. godina do kraja mjeseca studenog premašuje 2023. godinu s **rastom od 3.2% u noćenjima i 9% u dolascima**. Iz perspektive razvoja destinacije do 2019. godine, narušenosti sektora tijekom 2020. i 2021. godine slijedom globalne krize izazvane virusom COVID-19, sa sigurnošću se može konstatirati da je destinacija nastavila kontinuirano rasti od 2022. godine sve do danas, kako kroz rast kvalitete i broja smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta tako i ostvarenih rezultata.

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 te gosti vezani uz riječna krstarenja na Dunavu. 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.

Turistički proizvod koji nudi kontinent i Osječko-baranjska županija razlikuje se od doživljaja koji nudi priobalje. Prostorni opseg kretanja na kontinentu je puno veći, a gost aktivno istražuje prostor i nije neobično da dnevno pređe i po 80 do 100 kilometara. Upoznavanje lokalnih običaja, ali i načina na koji lokalci žive, i to ne samo u ruralnom već i u urbanom prostoru, festivali, obilazak vinarija, zelenih tržnica, kulinarske radionice – ukratko gost aktivno istražuje destinaciju. Nema pasivnog odmora, jer gost dolazi najčešće od rujna do lipnja kad se prakticiraju kratki, city-break odmori od 3 do 4 dana. Na tržištu nema puno „incoming agencija“ ili organiziranih lokalnih tura za individualne goste, jer nema masovnih dolazaka, a destinacija živi cijele godine. 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: TRENDVI 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.

**Digitalna transformacija** također pomaže tvrtkama za povećanje performansi od poboljšanja točnosti rasporeda letova do korištenja analitike i umjetne inteligencije kako bi stekli bolji uvid u evoluirajuće preferencije kupaca. **Umjetna inteligencija** važan je faktor koji će zasigurno oblikovati i turizam i putovanja obzirom na njezine primjene i mogućnosti u marketingu, ali i za planiranje putovanja. Značajne su i mogućnosti koje umjetna inteligencija nudi pri asistiranju turistu tijekom boravka na destinaciji u smislu korisničke podrške. Agencija Revfine kao neke od mogućih primjena umjetne inteligencije u turizmu navodi rukovanje prtljagom, glasovnu asistenciju, ali i sigurnosne mjere poput prepoznavanja lica korisnika te pomoć u upravljanju osobljem i financijama.

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.

Razdoblje globalnih turbulencija se nastavlja kroz brojne sukobe koji imaju širi utjecaj – kroz rat na prostoru Europe u Ukrajini, rat u pojasu Gaze i nestabilnosti na bliskom istoku, imperativ za odabir destinacije i dalje 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.

Kako **klimatske promjene** utječu na stvaranje ekstremnih vremenskih prilika (poplave, potresi, velike 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 sve više **podizanje svijesti o okolišu i utjecaju turizma na lokalne zajednice**. 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. Uz trend **lokalnih iskustava, gastronomski turizam** postaje sve izraženija kategorija. Prema agenciji Turner, snažan je naglasak na namirnicama lokalnog podrijetla i domaćim, tradicionalnim i “zaboravljenim” jelima. Također je na cijeni kvaliteta, kako namirnica, tako i izvedbe jela, slijedom čega je u fokusu samo kulinarsko umijeće. U skladu s takvom potragom za ekskluzivnim doživljajima, preferira se i intimna atmosfera. Još jedan od trendova koji se pojavio u posljednjih nekoliko godina, a postaje sve dostupniji i u Slavoniji i Baranji je **wellness turizam**. U skladu s ubrzanim načinom života, putovanje postaje i prilika za opuštanje, istinski odmor i “bijeg” u prirodu te odmak od nezdravih navika i svakodnevnih stresora.

## 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. Obje linije aktivne su i 2024. godine, i to **Osijek-München** tijekom cijele godine, a **Osijek-London Stansted** od **1.4. do 31.10.** Dosadašnji prosjek popunjenosti linije **Osijek-München** zaključno s 1.12.2024. iznosio je 58% u dolascima te 60% u odlascima, dok je prosjek popunjenosti linije **Osijek- London Stansted** za 2024. iznosio 77% u dolascima te 81% u odlascima. Suradnja s oba avio prijevoznika u 2024. godini realizirana je lokalno u partnerstvu između **Zračne luke Osijek, TZ Grada Osijeka i TZ Osječko-baranjske županije**, uz program Strateških partnerstava čiji je nositelj bila **Hrvatska turistička zajednica**. Tijekom 2025. godine TZ OBŽ nastavit će surađivati sa svim navedenim partnerima, u direktnoj koordinaciji s Osječko-baranjskom županijom. U 2025. 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 zadnjih pet godina. Zahvaljujući mogućnostima sufinanciranja projekata koje nudi **Fond za turistički nerazvijena područja i kontinent**, TZ OBŽ je kao jedna od regionalnih turističkih zajednica, iskoristila isti upravo za realizaciju svoje primarne zadaće – **promocije destinacije**. Isto će činiti i dalje, jer su ulaganja u povećanja vidljivosti destinacije do sada rezultirala povećanjem ukupne turističke dinamike na području Osječko-baranjske županije.

Destinacija bilježi i 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 Tvrdja**, izgrađen **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 riječnog krstarenja na Dunavu i Dravi, a tijekom 2024. godine otvoren je i obnovljeni **dvorac Pejačević u Našicama** i **koncertna dvorana "Franjo Krežma" Kulturnoga centra Osijek**. 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. Završene su investicije u nove smještaje kapacitete više kategorije: **Hotel Matterna i klinika Priora** – Žito grupe i povezani konferencijski kapacitet, a tijekom 2025. planira se daljnji razvoj **kompleksa Terra Negra** Žito grupe kroz izgradnju **koncertne dvorane**. Tijekom iduće dvije godine planirano je otvaranje hotela Hop In u vlasništvu Cras d.d., a očekuje se i završetak radova na hotelu Royal te završetak investicijskih projekata u Valpovu sufinanciranih kroz EU fondove - Rekonstrukcija i

dogradnja **hotela Walpo** (hotel baština) i **Hotel restorana Park**. Također očekuje se završetak dijela investicija u ugostiteljske i smještajne kapacitete **Nexe grupe** u Feričancima.

Velike se mogućnosti za ulaganja nude kroz 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. Početak 2024. označio je 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 2023. godine 6.123 kreveta u 733 objekta**, što znači porast broja kreveta u odnosu na 2022. od 1% te čak 15% više objekata. Krajem **studenoga 2024. godine brojimo 7.365 kreveta**, 856 objekata, što je čak 14% objekata više, a **17% kreveta više** u odnosu na 2023. 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 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 može biti bolje organizirana u smislu radnog vremena vinarija i mogućnosti kušanja. Tu je iznimno velik broj vinsko-turističkih manifestacija koji raste iz godine u godinu na području cijele županije, pa stoga **Osječko-baranjska županija nosi 2025. godine titulu Europske vinske destinacije Dioniz** koju dodjeljuje Kulturna ruta Vijeća Europe "Iter Vitis".

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, 2024. godina, pokazala i iznimno značajan doprinos srednjih i velikih **sportskih manifestacija** turističkom sektoru Osječko-baranjske županije. Uz sportske programe, turističko-zabavni sadržaji koji se odvijaju u isto vrijeme na destinaciji doprinose cjelokupnom doživljaju gosta kao i povećanju razine trošenja.

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-atraksijske 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 atraksijske 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 krucing				

■ 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 2024. godine, gdje se jasno vidi turistički rast tijekom prve četiri godine te drastičan pad izazovan „korona krizom“ te opravak tržišta od 2022. godine.

**Tablica 1. – Noćenja u Osječko-baranjskoj županiji u razdoblju 2016.-2023.**

Godina	Noćenja-ukupno
<b>2016.</b>	178.826
<b>2017.</b>	188.562
<b>2018.</b>	202.287
<b>2019.</b>	234.121
<b>2020.</b>	119.298
<b>2021.</b>	180.734
<b>2022.</b>	240.401
<b>2023.</b>	272.373

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 do 2022. te čak i brojčano prebacilo do tada rekordnu 2019. godinu. Prema podacima iz 2023. ostvareno je 272.000 noćenja od čega se više od **polovine noćenja** (61 %) ostvarilo u **Osijeku**, u **cijeloj destinaciji Baranja** (3 TZ) se ostvarilo 10%, zatim slijedi **Đakovo** s 8% te Bilje sa 6%. Tekuća, **2024.** godina, bilježi do kraja studenog **još veći rast**.

Prema podacima eVisitora na području Osječko-baranjske županije od **1. siječnja do 31. prosinca 2023.** u Osječko-baranjskoj županiji je ostvareno 272.373 noćenja što je porast od 13% u odnosu na isto razdoblje 2022. godine, ali i 16% više noćenja od dosada rekordne 2019. godine. Noćenja domaćih gostiju porasla su 24,3% dok stranih gostiju 5%. Gotovo polovina noćenja ostvarena je u hotelima (47%), zatim slijede objekti u domaćinstvu (27%), ostali ugostiteljski smještaj (20%) te objekti na OPG-u (3%). Najveća prosječna popunjenost je u hotelima (24%) i objektima u domaćinstvu (13%). Što se tiče riječnog krizinga možemo reći kako je nastavljen oporavak pa je tijekom 2023. godine u Aljmaš, Batinu i Osijeka pristalo ukupno 113 kruzera s 13.246 putnika što je povećanje u broju putnika u odnosu na prošlu godinu, no i dalje manje nego rekordne 2019. godine (167 kruzera). Najviše kruzera pristalo je na putničkom pristaništu Aljmaš (70), zatim Batina (30) te Osijek (13). Glavni razlog malog broja pristajanja u Osijeku bio je nizak vodostaj rijeke Drave.

U prvih **jedanaest mjeseci 2024.** na području OBŽ ostvareno **4% više noćenja** i **10% više dolazaka** u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ostvareno je 126.357 dolazaka i 258.150 noćenja. Rast stranih noćenja iznosio je 6% što se tiče dolazaka i 3% noćenja pa se tako **udio stranih turista smanjio na 38% u**

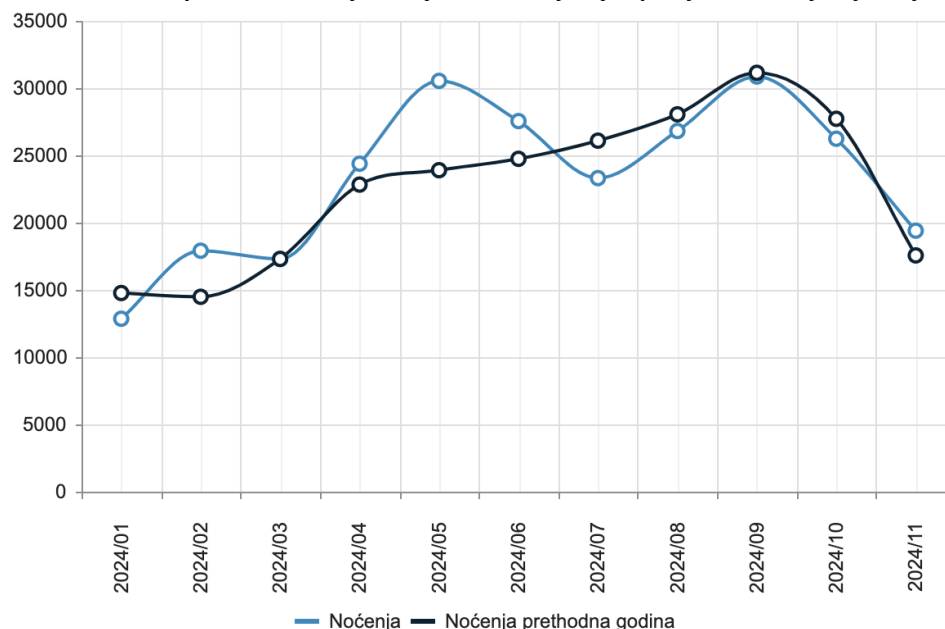


**odnosu na 43% prošle godine.** Što se tiče porasta noćenja, Osijek ima 6% više dolazaka i približno jednak broj noćenja u odnosu na 2023., Đakovo bilježi 11% više dolazaka i 10% više noćenja, TZP Baranje ima 8% više dolazaka, a velik porast u broju noćenja ima prostor Osječko-baranjske županije bez turističkih zajednica (110% više dolazaka i 100% više noćenja). Izdvojimo još porast u dolascima Belišća 27%, Bizovca 18%, Draža 10% te Valpova 7%. Od noćenja istaknimo porast Našica 9% i Bizovca 8%. Ostale turističke zajednice bilježe približno jednake rezultate kao u rekordnoj 2023. godini. Što se tiče dolazaka i noćenja turista po zemljama, velik porast ostvarili su gosti iz SAD-a (53% više dolazaka i 38% više noćenja), Srbija (15% više dolazaka, 10% više noćenja), Bosna i Hercegovina (12% dolasci, 9% noćenja) te Poljska (10% dolasci, 8% noćenja). Najvažnije strano tržište (Njemačka) poraslo je 7% u dolascima i 1% u noćenjima.

**Tablica 2. – Turistički promet u OBŽ u razdoblju 1.1.-1.12., usporedba 2024./2023.**

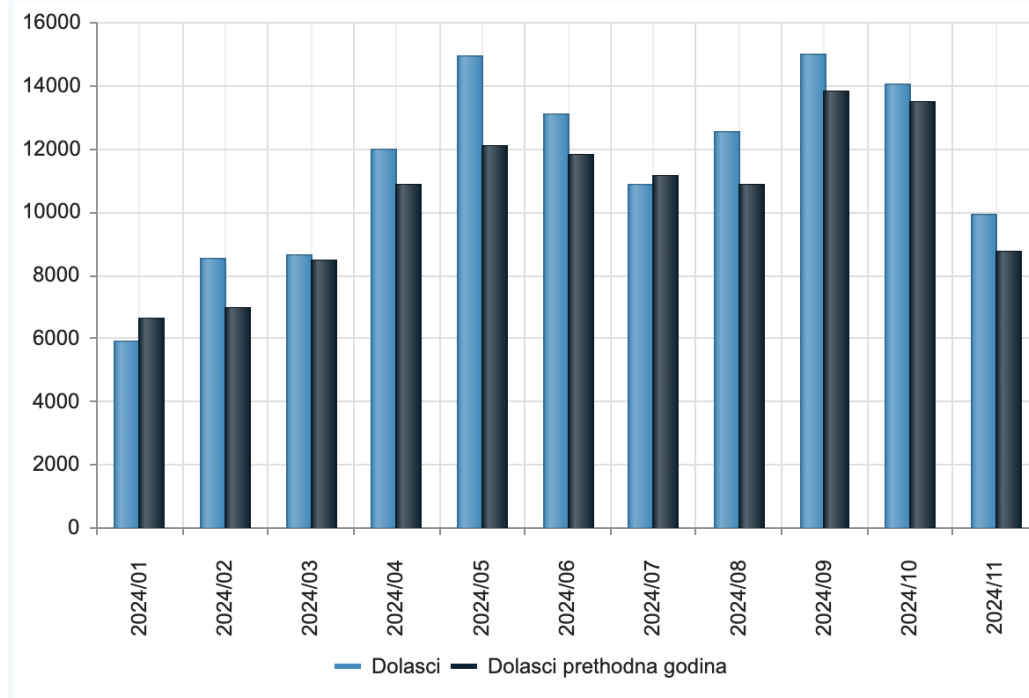
01.01.2024.-01.12.2024.		01.01.2023.-01.12.2023.	
Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hrvatska (80.580)	Hrvatska (147.403)	Hrvatska (72.543)	Hrvatska (134.801)
Njemačka (5.467)	Njemačka (16.398)	Njemačka (5.101)	Njemačka (16.179)
SMađarska (4.696)	Srbija (8.530)	Mađarska (4.980)	Mađarska (7.952)
Srbija (4.028)	Mađarska (8.241)	Slovenija (3.911)	Srbija (7.843)
Slovenija (4.013)	BiH (7.392)	Srbija (3.576)	Slovenija (7.584)
BiH (3.737)	Slovenija (7.017)	BiH (3.368)	BiH (6.855)
Poljska (3.339)	Poljska (6.165)	Poljska (3.034)	Poljska (5.693)
SAD (2.729)	SAD (5.411)	Austrija (2.483)	Ukrajina (5.682)
Austrija (2.476)	Austrija (5.359)	SAD (1.799)	Austrija (5.303)
Italija (1.574)	Italija (3.403)	Italija (1.730)	Italija (4.406)
Ostalo (17.258)	Ostalo (49.040)	Ostalo (16.614)	Ostalo (53.693)

**Grafikon 1. – Usporedba noćenja u Osječko-baranjskoj županiji u razdoblju siječanj-studen 2023./2024.**



I 2024. godine je **rekordni mjesec rujan** s ostvarenih više od 30.000 noćenja. Iako je broj noćenja u srpnju bio niži od onog u lipnju i kolovozu, ljeto ostaje prilično snažno razdoblje. U usporedbi s 2023. godinom, novina je velik porast noćenja u svibnju kad je broj noćenja bio gotovo jednak rekordnom rujnu. Krivulja noćenja po mjesecima pokazuje sezonu koja se proteže kroz proljeće, ljeto i jesen. U svim mjesecima nakon travnja ostvareno je više od 20.000 noćenja što se prvi put ostvarilo u 2023. godini. 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 lokalne turističke djelatnike.

**Grafikon 2. – Usporedba dolazaka u Osječko-baranjsku županiju u razdoblju siječanj-studen 2023./2024.**



S

OBŽ je na domaćem tržištu sve više prepoznata kao destinacija kvalitetne i raznolike ponude, dok na stranim tržištima treba nastaviti s ulaganjima u promociju. Posebno se to odnosi na regiju, odnosno susjedne zemlje (Mađarska, Srbija, BiH).

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

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

Među županijama koje prednjače po broju posjetitelja u kontinentalnom dijelu Hrvatske je i Osječko-baranjska županija. Ispred nje po broju noćenja od 1.1. do 30.11.2024. nalazi se Grad Zagreb, Karlovačka, Krapinsko-zagorska i Zagrebačka županija. Na prostoru pet slavonskih županija, dionici s područja Osječko-baranjske županije lideri su po udjelu ostvarenih noćenja. U razdoblju od 1.1. do 30.11.2024. u Osječko-baranjskoj županiji ostvarilo se **43% ukupnih noćenja u Slavoniji**.

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 integraciji turističkih proizvoda. Uz **Hrvatsku kao ključno tržište** destinacije za 2025. 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 2023. godine ukupno **1.023.469 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 2025. 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 godišnjoj razini za 3% u odnosu na prethodnu godinu
- povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za 1% 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.

Programska usmjerenja i program rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2025. 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 (NN 52/2019; 42/2020) dijeli 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 2025. godinu unutar pojedinačnih skupina zadaća, grupirani u projektne cjeline. U dijelu aktivnosti operativno je prikazan plan prihoda i rashoda za 2025. 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 2025. godine prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine. Također djelovat 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 2025. 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 u prema financijskim mogućnostima. U tom smislu važna aktivnost će biti „in-house“ analiza emitivnih tržišta i najučinkovitijih mehanizama komunikacije i promocije. Uz to, u skladu sa Zakon o turizmu, TZ OBŽ će koordinirati izradu Plana upravljanja destinacijom na četverogodišnjoj razini, počevši od 2025. godine. Riječ je dokumentu čija izrada je između ostalog vezana uz praćenje pokazatelja

održivosti sustava turizma u destinaciji, a koji usvaja Skupština Osječko-baranjske županije tijekom prve polovice 2025. godine. Planovi će se izrađivati u istom razdoblju i na razini lokalnih destinacija čiji obuhvat će biti definirani odlukom Regionalne koordinacije predsjednika turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije.

## **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, poticati 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** nastaviti 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 2024. godine.

### **4.2.2. Aktivni turizam**

#### Outdoor – cikloturizam, hodanje, kajak, jahanje

Tijekom 2025. 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 2025. plan je izraditi Bike & Bed standard te dodatno kreirati nove kružne biciklističke i pješačko-trkačke staze na području županije. Trenutačno se na podstranici <https://visitslavoniabaranja.com/outdoors/bike> nalazi 36 biciklističkih te 11 kružnih pješačko-trkačkih staza stoga bi u 2025. godini pješačko-trkačke staze trebale dobiti prioritet. Razvoj Bike & Bed standarda vezan je pak 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 2025. godini nastaviti će se i s uređenjem, označavanjem i održavanjem kružnih cikloturističkih staza.

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

Tijekom 2025. godine, nastavlja se provedba novog EU projekta sufinanciranog kroz **Program Interreg Dunav** pod nazivom **#RomansWineDanube – Marketing framework for sustainable cultural tourism development**. Projekt se bavi 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 traje ukupno 30 mjeseci. Projekt se jednako vezuje uz razvoj kulturnog turizma. Tijekom 2025. godine fokus će biti na osnivanje proizvodnih klubova i akcijski plan destinacije vezan uz razvoj kulturnog i vinskog turizma. Osim toga zbog važnosti vinskog sektora županije u proizvodnom i vinsko-atraksijskom smislu te iznimno velikog broja vinsko-turističkih manifestacija **Osječko-baranjska županija nosi 2025. godine titulu Europske vinske destinacije Dioniz** koju dodjeljuje Kulturna ruta Vijeća Europe **“Iter Vitis”**. Titulu će pratiti dodatne aktivnosti promocije županije kao top destinacije vinskog turizma. U suradnji s Udrugom Graševina Croatica i Klasterom Slavonija nastavit će se razvijati i promovirati zajednički premium kulturno-vinski proizvod Slavonije i Podunavlja – **povijesne vinarije**, kao raritet na razini Hrvatske.

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, tijekom 2025. godine nastavit će se provedba projekta sufinanciranog kroz **Program Interreg Dunav** pod nazivom **#RomansWineDanube – Marketing framework for sustainable cultural tourism development**. Projekt se bavi razvojem i promocijom Dunavske vinske rute, Rute rimskih careva koja nosi oznaku Kulturne rute Vijeća Europe, kao i razvojem kulturno-turističkih „proizvodnih klubova“. Uz komunikaciju, aktivno se raditi na razvoju doživljaja vezanim uz kulturu kroz modele **„živuće povijesti“ i pripovjedanja**, kao i interpretacije baštine. Također nastavit će se pružati podrška projektima koji promiču baštinu **Bauhaus škole** (značajne osobe Ottilie 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 koji će biti u programu obnove ili izgradnje.

#### **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 životinja 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, gastronomske, 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 2024. godine TZ OBŽ bila je uključena u statusu nositelja i partnera u slijedeće projektne prijave za EU fondove:

- Interreg Programme CBC Hrvatska-Mađarska: nositelj TZ OBŽ, projekt „**Land of Wine**“
- Interreg Programme CBC Hrvatska-Mađarska: nositelj Ekološka udruga Zeleni Osijek, projekt „**Drava WAVE**“

### **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 2024. godine nastavljen 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:



Tijekom 2025. 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, planiran je nastavak izdavanja **časopisa o destinaciji**, a isti će biti distribuiran prema ponuđačima na terenu kao informacija za gosta koji boravi u destinaciji.





Prve dvije edicije destinacijskog časopisa realizirane su 2024. godine, a tijekom 2025. planirana su nova dva sezonska izdanja. 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 Slavonia 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 2025. godine koristit će se nova komunikacijska rješenja usklađena s rješenjima iz 2022. 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 2025. godine na **zemlje u okruženju** s naglaskom na **Mađarsku, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju i Sloveniju**.

Primjer kampanje na društvenim mrežama gif.format – Njemačka, 2024.:



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 (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 2025. 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.

#### 4.2.3. Sajmovi i prezentacije

Tijekom 2025. 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.

#### 4.2.4. Studijska putovanja

Tijekom 2025. 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** 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**. 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 2025. godine planirana je daljnja promocija destinacije pod istim sloganom.



### 4.3. Upravljanje destinacijom

U skladu sa Zakon o turizmu i vezanim pravilnicima, TZ OBŽ će koordinirati izradu Plana upravljanja destinacijom na četverogodišnjoj razini, počevši od 2025. godine. Riječ je dokumentu čija izrada je između ostalog vezana uz praćenje pokazatelja održivosti sustava turizma u destinaciji, a koji usvaja Skupština Osječko-baranjske županije tijekom prve polovice 2025. godine. Planovi će se izrađivati u istom razdoblju i na razini lokalnih destinacija čiji obuhvati će biti definirani odlukom Regionalne koordinacije predsjednika turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije.

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 proteklog razdoblja dalo suglasnost za neformalno udruživanje na razini Baranje, Đakovštine i našičkog kraja. Tijekom 2025. godine TZ OBŽ nastavit 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 te izradu i praćenje realizacije planova upravljanja destinacijom.

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 2025. 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 2025. GODINU**

### **5.1. PRIHODI**

**Planirana sredstva: 1.104.000,00 eur**

Prihodi su planirani u ukupnom iznosu 1.104.000,00 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: 200.000,00 eur**

**Turistička pristojba: 62.000,00 eur**

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u 2025. godini u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i gospodarska kretanja tijekom 2024. godine. Nastavno na isto planirano je povećanje prihoda od turističke pristojbe za 8.7% u odnosu na plan za 2024. godinu, temeljeno na razini povećanja turističkog prometa u 2024. godini.

**Turistička članarina: 138.000,00 eur**

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u 2025. godini u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i tržišna kretanja tijekom 2024. godine. Nastavno na isto planirano je povećanje prihoda od turističke članarine na razini od 7.8% u odnosu na plan za 2024. godinu, zbog razine ukupnih prihoda koje će obveznici iskazati u financijskim izvješćima za 2024. godinu, što će rezultirati 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 2024. godine, uz prihod namijenjen za programske aktivnosti (177.000,00 EUR, od čega se 30.000,00 € odnosi na HeadOnEast) 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: 404.000,00 eur**

Očekuje se 15.83% smanjenje prihoda koji se odnose na sustav turističkih zajednica u odnosu na očekivano izvršenje tijekom 2024. godine zbog preuzimanja funkcije koordinatora Klastera Slavonija u 2025. godini od strane TZ Vukovarsko-srijemske županije (godišnja rotacija) te ne primanja sredstava iz Fonda za udružene turističke zajednice. Prihod se odnosi na sredstva plasirana kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Uz to planiran je prihod od sustava turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije slijedom suradnje na projektima čiji je nositelj Turistička zajednica Osječko-baranjske županije.

**Prihodi iz EU fondova:****Planirana sredstva: 40.000,00 eur**

Očekuje se i prihod od EU projekta financiranog kroz Program transnacionalne suradnje Interreg Dunav 2021.-2027. (#RomansWineDanube).

**Preneseni prihodi iz prethodne godine:****Planirana sredstva: 10.000,00 eur**

Planiran je i prijenos prihoda iz 2024. godine koji će se iskoristiti za financiranje troškova planiranih aktivnosti tijekom 2025. godine.

**Ostali prihodi:****Planirana sredstva: 220.000,00 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: 14.000,00 eur**

TZ OBŽ će djelovati tijekom 2025. 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 2025. godine.

U skladu sa Zakon o turizmu, TZ OBŽ će koordinirati izradu Plana upravljanja destinacijom na četverogodišnjoj razini, počevši od 2025. godine. Riječ je dokumentu čija izrada je između ostalog vezana uz praćenje pokazatelja održivosti sustava turizma u destinaciji, a koji usvaja Skupština Osječko-baranjske županije tijekom prve polovice 2025. godine. Planovi će se izrađivati u istom razdoblju i na razini lokalnih destinacija čiji obuhvati će biti definirani odlukom Regionalne koordinacije predsjednika turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije. 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: 14.000,00 eur**

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, Osječko-baranjska županija, sustav turističkih zajednica na području RTZ-a  
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

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: 297.000,00 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: 83.000,00 eur  
Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, Športska zajednica Osječko-baranjske županije, HTZ, MINTS, Dunavski centar za kompetencije, Iter Vitis, Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj "Klub članova Selo"

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 2025. 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 2025. plan je izraditi Bike & Bed standard te dodatno kreirati nove kružne biciklističke i pješačko-trkačke staze na području županije. Trenutačno se na podstranici <https://visitslavoniabaranja.com/outdoors/bike> nalazi 36 biciklističkih te 11 kružnih pješačko-trkačkih staza stoga bi u 2025. godini pješačko-trkačke staze trebale dobiti prioritet. Razvoj Bike & Bed standarda vezan je pak 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 2025. godini nastaviti će se i s uređenjem, označavanjem i održavanjem kružnih cikloturističkih staza. Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, LTZ, Športska zajednica Osječko-baranjske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2025.

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

Planirana sredstva: 68.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, MINTS, Dunavski centar za kompetencije, Iter Vitis, Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj "Klub članova Selo"

##### 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 traje do 30.6.2026. Projekt se jednako vezuje uz razvoj kulturnog i vinskog turizma. Aktivnosti čija provedba je planirana za 2025. godinu – izrada akcijskog plana destinacije za kulturni i vinski turizam, valorizacija kulturne rute, razvoj i promocija oznake "Vina s Dunava" na razini projekta i druge aktivnosti.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, MINTS, JUŽRA OBŽ, Dunavski centar za kompetencije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 60.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2025.

##### 2.2.2.2. Iter Vitis: Dioniz - OBŽ Vinska destinacija godine 2025.

*Opis i cilj aktivnosti:* zbog važnosti vinskog sektora županije u proizvodnom i vinsko-atraksijskom smislu te iznimno velikog broja vinsko-turističkih manifestacija **Osječko-baranjska županija nosi 2025. godine titulu Europske vinske destinacije Dioniz** koju dodjeljuje Kulturna ruta Vijeća Europe "Iter Vitis". Titulu će pratiti dodatne aktivnosti promocije županije kao top destinacije vinskog turizma.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, MINTS, Kulturna ruta Vijeća Europe Iter Vitis, Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj "Klub članova Selo"

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2025.

#### 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:

Planirana sredstva: 212.000,00 eur

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

Tijekom 2025. 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: 187.000,00 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 2024. godine zabilježio oko 25.000 posjetitelja. 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: 140.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2025.

##### 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 2025. 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: 30.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2025.

##### 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: 4.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj-srpanj 2025.



#### 2.3.1.4. Oprema za realizaciju manifestacija i skladištenje

*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: 13.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

#### 2.3.2 Potpora manifestacijama:

Planirana sredstva: 25.000,00 eur

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

Tijekom 2025. 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 20.000,00 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: 20.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2025.

##### 2.3.2.2 Nacionalne i međunarodne manifestacije

*Opis i cilj aktivnosti:* Posebno su planirana sredstva u iznosu od 5.000,00 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: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

#### 2.4. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

Tijekom 2025. godine nisu planirana sredstva za aktivnost.

## 2.5. Podrška turističkoj industriji

*Opis i cilj aktivnosti:* Tijekom 2025. 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 2025.

## **3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**

**Planirana sredstva: 593.500,00 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 2024. godine, planira nastaviti intenzivne investicije promocije destinacije na ključnim tržištima. Uz to najveće investicije u ovoj grupi aktivnosti su planirane kroz projekte Strateških partnerstava sa zračnim prijevoznicama 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 2024. godine nastavljen je u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama daljnja standardizacija komunikacija turističkih proizvoda, mikrodestinacija i ukupne ponude destinacije. Tijekom 2025. 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 2025.

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

Planirana sredstva: 214.000,00 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 2025. 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 tisk, 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: 99.000,00 eur

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

TZ OBŽ nastaviti 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. Grupa aktivnosti uključuje i trošak upravljanja on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.).

#### 3.2.1. On-line oglašavanje

Planirana sredstva: 99.000,00 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 42.5% 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: 91.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

##### 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 2025.

### 3.2.2. Off-line oglašavanje

Planirana sredstva: 75.000,00 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: 25.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

#### 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 2025.

#### 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: 30.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 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 2025.

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

Planirana sredstva: 9.000,00 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 2025. 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 2025.

#### 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: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Planirana sredstva: 270.000,00 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 i avio prijevoznicima. Smanjenje u odnosu na 2024. godinu odnosi se na manji opseg troškova sufinanciranja avio linija i prekid sudjelovanja u projektu 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“. 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: 10.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 3.4.2. Strateški projekti (touroperatori, 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.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 260.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

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

Planirana sredstva: 19.000,00 eur

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

Tijekom 2025. 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 2025. 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 2025.

#### 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 2025. 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 2025.

### 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: 2.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

#### 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, nastavit će se rad na ovom projektu i u 2025. godini. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz predstavljanje destinacije zainteresiranim turističkim agencijama i turoperatorima.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

Planirana sredstva: 39.000,00 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. Tijekom 2025. godine planiran je trošak izdavanja dva nova izdanja destinacijskog časopisa Via Slavonija Baranja.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 12.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 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. Tijekom 2025. godine planiran je trošak izdavanja dva nova izdanja destinacijskog časopisa Via Slavonija Baranja. Cilj aktivnosti je ujednačena komunikacija destinacije putem promotivnih materijala.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 27.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 3.8. Internetske stranice:

Planirana sredstva: 6.000,00 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](http://www.visitslavoniabaranja.com). Tijekom 2025. 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: 3.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

#### 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: 3.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

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

Planirana sredstva: 19.000,00 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. Tijekom 2025. godine planiran je trošak izdavanja dva nova izdanja destinacijskog časopisa Via Slavonija Baranja te vezana dodatna ulaganja u banku fotografija i pisanih materijala. Cilj aktivnosti je ujednačena komunikacija destinacije putem promotivnih materijala.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 11.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 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. Tijekom 2025. godine planiran je trošak izdavanja dva nova izdanja destinacijskog časopisa Via Slavonija Baranja te vezana dodatna ulaganja u prijevode pisanih materijala. Cilj aktivnosti je povećanje resursa za promociju ponude destinacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 3.9.3. Vođenje i upravljanje bazom podataka - podrška:

*Opis i cilj aktivnosti:* stavka se odnosi na upravljanje bazom podataka i generiranje novih podataka za izradu Kataloga turističke ponude Osječko-baranjske županije za 2025. godinu.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

### 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 2025.

## **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 2025. 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 2025.

### 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 2025. 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 2025.

#### 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 2025. 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 2025.

#### 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 2025.

#### 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 nastavit 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: 180.000,00 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: 151.000,00 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: 134.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

#### 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 2025.

#### 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 2025.

### 6.2. Rashodi ureda:

Planirana sredstva: 27.000,00 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. Uz navedene troškove provedbe plana rada tijekom 2025. 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 2025.

#### 6.2.2. Nematerijalni troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 18.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

#### 6.2.3. Ostali troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2025.

#### 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. U siječnju 2025. godina planirana je izborna Skupština TZ OBŽ za razdoblje od 2025. – 2029.

#### 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 2025.

## **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 prosinca 2024. godine planirana je objava vezanog natječaja iz kojeg bi se trebala financirati ova stavka. Sredstava iz Fond 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 2024. godine, koja je rezultirala povećanjem vrijednosti Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent za 2025. godinu.

## 10. STRUKTURA PLANIRANJA – tablični prikaz

### 10.1 Prihodi

FINACIJSKI PRIKAZ PLANA RADA TZ OBŽ - 2025.						
RB	KONTO	PRIHODI	PLAN 2024. (u EUR)	PLAN 2025. (u EUR)	indeks PLAN 2025 / PLAN 2024	STRUKTURA %
1.		Izvorni prihodi	185.000,00	200.000,00	108,11	18,12
	1.1.	Turistička pristojba	57.000,00	62.000,00	108,77	5,62
	1.2.	Članarina	128.000,00	138.000,00	107,81	12,50
2.		Prihodi iz proračuna Osječko-baranjske županije	230.000,00	230.000,00	100,00	20,83
	2.1.	za programske aktivnosti	177.000,00	177.000,00	100,00	16,03
	2.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	53.000,00	53.000,00	100,00	4,80
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	480.000,00	404.000,00	84,17	36,59
	3.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	430.000,00	400.000,00	93,02	36,23
	3.2.	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	40.000,00	0,00	0,00	0,00
	3.3.	Ostali prihodi od sustava turističkih zajednica	10.000,00	4.000,00	40,00	0,36
4.		Prihodi iz EU fondova	50.000,00	40.000,00	80,00	3,62
	4.1.	Interreg Danube #RomanWineRoute	30.000,00	40.000,00	133,33	3,62
	4.2.	ostali EU projekti	20.000,00	0,00	0,00	0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	0,00	0,00	0,00	0,00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	35.000,00	10.000,00	28,57	0,91
7.		Ostali prihodi	315.000,00	220.000,00	69,84	19,93
		<b>SVEUKUPNO</b>	<b>1.295.000,00</b>	<b>1.104.000,00</b>	<b>85,25</b>	<b>100,00</b>

### 10.2 Rashodi

RB	KONTO	AKTIVNOSTI	PLAN 2024. (u EUR)	PLAN 2025. (u EUR)	indeks PLAN 2025 / PLAN 2024	STRUKTURA %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	12.000,00	14.000,00	116,67	1,27
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	12.000,00	14.000,00	116,67	1,27
	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
		<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE - UKUPNO</b>	<b>12.000,00</b>	<b>14.000,00</b>	<b>116,67</b>	<b>1,27</b>
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	264.000,00	297.000,00	112,50	26,90
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0,00	0,00	0,00	0,00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	70.000,00	83.000,00	118,57	7,52
	2.2.1.	Razvoj proizvoda na razini destinacije - "Slavonia Baranja Outdoors" aktivni turizam	40.000,00	15.000,00	37,50	1,36
	2.2.2.	Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije	30.000,00	68.000,00	226,67	6,16
	2.2.2.1.	Kulturni i vinski turizam - projekt RomansWineDanube, Interreg Dunav	30.000,00	60.000,00	200,00	5,43
	2.2.2.2.	Iter Vitis - Dioniz - OBŽ Vinska destinacija godine	0,00	8.000,00	0,00	0,72
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	190.000,00	212.000,00	111,58	19,20
	2.3.1.	Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ	164.000,00	187.000,00	114,02	16,94
	2.3.1.1.	HeadOnEast festival	125.000,00	140.000,00	112,00	12,68
	2.3.1.2.	Večer vina i umjetnosti	25.000,00	30.000,00	120,00	2,72
	2.3.1.3.	Vinski mjesec destinacije (GO i ostala događanja, promocija i sl.)	4.000,00	4.000,00	100,00	0,36
	2.3.1.4.	Oprema za realizaciju manifestacija i skladištenje	10.000,00	13.000,00	0,00	1,18
	2.3.2.	Potpora manifestacijama	26.000,00	25.000,00	96,15	2,26
	2.3.2.1.	Regionalne i lokalne manifestacije	18.000,00	20.000,00	111,11	1,81
	2.3.2.2.	Nacionalne i međunarodne manifestacije	8.000,00	5.000,00	62,50	0,45

	2.4.		Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom	2.000,00	0,00	0,00	0,00
	2.5.		Podrška turističkoj industriji	2.000,00	2.000,00	0,00	0,18
			<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA - UKUPNO</b>	<b>264.000,00</b>	<b>297.000,00</b>	<b>112,50</b>	<b>26,90</b>
3.			<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>829.500,00</b>	<b>593.500,00</b>	<b>71,55</b>	<b>53,76</b>
	3.1.		Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	10.000,00	10.000,00	100,00	0,91
	3.1.1.		HeadOnEast Croatia / Visit Slavonija Baranja brand platforma	10.000,00	10.000,00	100,00	0,91
	3.2.		Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	235.000,00	214.000,00	91,06	19,38
	3.2.1.		On-line oglašavanje	126.000,00	99.000,00	78,57	8,97
	3.2.1.1.		On-line oglašavanje	118.000,00	91.000,00	77,12	8,24
	3.2.1.2.		Upravljanje on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.)	8.000,00	8.000,00	100,00	0,72
	3.2.2.		Offline oglašavanje	69.000,00	75.000,00	108,70	6,79
	3.2.2.1.		Oglašavanje u tisku	24.000,00	25.000,00	104,17	2,26
	3.2.2.2.		TV i radio oglašavanje	20.000,00	20.000,00	100,00	1,81
	3.2.2.3.		Vanjsko oglašavanje	25.000,00	30.000,00	120,00	2,72
	3.2.3.		Produkcija oglasnih materijala (tisak, snimanje i sl.)	40.000,00	40.000,00	100,00	3,62
	3.3.		Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	14.000,00	9.000,00	64,29	0,82
	3.3.1.		Studijska putovanja - novinari	4.000,00	4.000,00	100,00	0,36
	3.3.2.		HeadOnEast kampanja - ambasadori destinacije 2024./2025.	10.000,00	5.000,00	50,00	0,45
	3.4.		Marketinške i poslovne suradnje	486.000,00	270.000,00	55,56	24,46
	3.4.1.		Klaster Slavonija - projekti	36.000,00	10.000,00	27,78	0,91
	3.4.2.		Strateški projekti (touroperatori, avio linije, stručni portali, standardi)	450.000,00	260.000,00	57,78	23,55
	3.5.		Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	19.000,00	19.000,00	100,00	1,72
	3.5.1.		Samostalni nastupi i prezentacije	13.000,00	13.000,00	100,00	1,18
	3.5.2.		Nastupi u suradnji s Klasterom Slavonija I HTZ-om	6.000,00	6.000,00	100,00	0,54
	3.6.		Suradnja s organizatorima putovanja	6.000,00	6.000,00	100,00	0,54
	3.6.1.		DMK - razvoj i prezentacije	3.000,00	2.000,00	66,67	0,18
	3.6.2.		Studijska putovanja - turističke agencije	3.000,00	4.000,00	133,33	0,36
	3.7.		Kreiranje promotivnog materijala	42.000,00	39.000,00	92,86	3,53
	3.7.1.		Priprema promotivnog materijala	12.000,00	12.000,00	100,00	1,09
	3.7.2.		Izrada promotivnog materijala i suvenira	30.000,00	27.000,00	90,00	2,45
	3.8.		Internetske stranice	4.000,00	6.000,00	150,00	0,54
	3.8.1.		Razvoj internet stranice	2.000,00	3.000,00	150,00	0,27
	3.8.2.		Održavanje stranice	2.000,00	3.000,00	150,00	0,27
	3.9.		Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	12.000,00	19.000,00	158,33	1,72
	3.9.1.		Banka fotografija, video materijala i pisanih materijala	9.500,00	11.000,00	115,79	1,00
	3.9.2.		Prijevod	2.500,00	5.000,00	200,00	0,45
	3.9.3.		Vođenje i upravljanje bazom podataka - podrška	0,00	3.000,00	0,00	0,27
	3.10.		Turističko-informativne aktivnosti	1.500,00	1.500,00	100,00	0,14
	3.10.1.		Izrada elaborata za smeđu signalizaciju	1.500,00	1.500,00	100,00	0,14
			<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE - UKUPNO</b>	<b>829.500,00</b>	<b>593.500,00</b>	<b>71,55</b>	<b>53,76</b>



4.		<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>13.500,00</b>	<b>13.500,00</b>	<b>100,00</b>	1,22
	4.1.	<b>Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.500,00</b>	100,00	0,14
	4.1.1.	Hrvatski digitalni turizam i dr.projekti - tehnička podrška	1.500,00	1.500,00	100,00	0,14
	4.2.	<b>Stručni skupovi i edukacije</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	100,00	0,54
	4.2.1.	Stručni skupovi i edukacije	6.000,00	6.000,00	100,00	0,54
	4.3.	<b>Koordinacija i nadzor</b>	<b>4.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	100,00	0,36
	4.3.1.	Koordinacija sa sustavom turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini i drugim dionicima sektora	4.000,00	4.000,00	100,00	0,36
	4.4.	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.000,00</b>	100,00	0,18
	4.5.	<b>Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	0,00	0,00
		<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT - UKUPNO</b>	<b>13.500,00</b>	<b>13.500,00</b>	100,00	1,22
5.		<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>100,00</b>	0,09
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	500,00	500,00	100,00	0,05
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	500,00	500,00	100,00	0,05
		<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA - UKUPNO</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	0,09
6.		<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>170.000,00</b>	<b>180.000,00</b>	<b>105,88</b>	16,30
	6.1.	<b>Rashodi za zaposlene</b>	<b>142.000,00</b>	<b>151.000,00</b>	106,34	13,68
	6.1.1.	Bruto plaća	125.000,00	134.000,00	107,20	12,14
	6.1.2.	Troškovi putovanja	8.000,00	8.000,00	100,00	0,72
	6.1.3.	Ostali rashodi za zaposlene	9.000,00	9.000,00	100,00	0,82
	6.2.	<b>Rashodi ureda</b>	<b>26.000,00</b>	<b>27.000,00</b>	103,85	2,45
	6.2.1.	Materijalni troškovi	4.000,00	4.000,00	100,00	0,36
	6.2.2.	Nematerijalni troškovi	18.000,00	18.000,00	100,00	1,63
	6.2.3.	Ostali troškovi	4.000,00	5.000,00	125,00	0,45
	6.3.	<b>Tijela turističke zajednice</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.000,00</b>	100,00	0,18
	6.3.1.	Sjednice tijela, predstavljanje Tijela	2.000,00	2.000,00	100,00	0,18
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0,00	0,00	0,00	0,00
		<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI - UKUPNO</b>	<b>170.000,00</b>	<b>180.000,00</b>	105,88	16,30
7.		<b>REZERVA</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>100,00</b>	0,45
8.		<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>				
		<b>SVEUKUPNO 1</b>	<b>1.295.000,00</b>	<b>1.104.000,00</b>	<b>85,25</b>	<b>100,00</b>
		<b>PRIHODI - KONTROLA</b>				
9.		<b>FONDOVI - posebne namjene</b>				
	9.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	200.000,00	200.000,00	100,00	18,12
	9.2.	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0,00	0,00	0,00	0,00
		<b>SVEUKUPNO 2</b>	<b>200.000,00</b>	<b>200.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>18,12</b>
<b>TOTAL</b>		<b>SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2</b>	<b>1.495.000,00</b>	<b>1.304.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>18,12</b>