TURISTIČKA ZAJEDNICA
BRODSKO POSAVSKE ŽUPANIJE
PETRA KREŠIMIRA IV 1, SLAVONSKI BROD

PRIJEDLOG PROGRAMA RADA
I
FINANCIJSKI PLAN

TURISTIČKE ZAJEDNICE
BRODSKO – POSAVSKE ŽUPANIJE
ZA 2020. GODINU

Slavonski Brod, listopad 2019. godine

+385 35 408 393 +385 35 408 392 www.tzbpz.hr info@tzbpz.hr
OIB: 66751825925 IBAN: HR2423400091110038988

Sadržaj

UVOD 3
ZADAĆE I CILJEVI TURISTIČKE ZAJEDNICE BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE 4
PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA 7
PROCJENA UKUPNOG PRIHODA 10
I. ADMINISTRATIVNI RASHODI 12
Rashodi za radnike i rashodi turističkog ureda 12
Tijela Turističke zajednice 14
II. FUNKCIONALNI MARKETING - DIZAJN VRIJEDNOSTI 18
2.1. Potpore događanjima i manifestacijama 19
2.2. Organizacija i upravljanje destinacijom i potpora razvoju (DMO i DMK) 21
2.3. Projekti i programi za nerazvijene; održivost i razvoj postojećih i novih turističkih proizvoda 22
2.4. Turistička tradicija - nagrade i priznanja u projektima 22
2.5. Autohtoni proizvodi, gastronomija 23
2.6. Tranzitni turizam 24
III. KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI 24
A. ONLINE KOMUNIKACIJE 24
3.1. Online komunikacije – održavanje web stranice i digitalni marketing 24
B. OFFLINE KOMUNIKACIJE 25
3.2. Offline komunikacije - oglašavanje u tisku i medijima 25
3.3. Udruženo oglašavanje 25
3.4. Studijska putovanja – suradnja sa studentima i učenicima srednjih škola 26
3.5. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima 26
3.6. Brošure i ostali tiskani materijali 27
3.7. Izrada i snimanje turističkog filma 27
3.8. Info table i dopuna smeđe signalizacija 27
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 27
4.1. Sajmovi i posebne prezentacije u inozemstvu 28
4.2. Sajmovi i posebne prezentacije u Hrvatskoj 35
V. INTERNI MARKETING 39
5.1. Edukacija 39
5.2. Koordinacija i nadzor sustava TZ na području BPŽ 39
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA 39
6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala 39
6.2. Formiranje baze podataka i jedinstveni turistički informacijski sustav 40
6.3. Banka fotografija/filmskih snimaka i priprema u izdavaštvu 40
VII. POSEBNI PROGRAMI 41
7.1. Brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih turističkih doživljaja te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena 41
VIII. OSTALO 42
8.1. Ostalo 42
FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE BPŽ ZA 2020. GODINU 43
ZAKLJUČAK 48

UVOD

Prijedlog Programa rada i financijskog plana izrađen je temeljem fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na području županije za razdoblje 01.01. – 30.09.2019. godine, kao i iskustava iz ranijih razdoblja. Program rada je izrađen također u skladu sa zaključcima sastanaka direktora Turističkih zajednica, sa predstavnicima Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice. Također, vodilo se računa o zaključcima prethodnih sjednica Turističkog vijeća Turističke zajednice Brodsko- posavske županije.

Prijedlog Programa rada sadrži:

- **ZADAĆE I CILJEVE** koje će Turistička zajednica ostvariti tijekom 2020. godine;

- **I. ADMINISTRATIVNI MARKETING** - rashodi za radnike, rashodi ureda i rashodi za rad tijela Turističke zajednice;

- **II. DIZAJN VRIJEDNOSTI** - unutar Funkcionalnog marketinga, plana rada po projektima i financijski plan za 2020. godinu sa usporednim pokazateljima iz 2019. godine.

Proglašavanjem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma , koji je Hrvatski sabor donio na sjednici 9. Svibnja 2019.g., ovim modelom destinacijske menadžment organizacije , uređuje sustav TZ, ustrojstvo, zadaće i način rada TZ te osnovna načela njihova financiranja i gospodarenja. Turistička zajednica Brodsko- posavske županije tijekom 2020. godine provodit će aktivnosti proizašle iz zadaća turističkih zajednica definiranih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Turističke zajednice su organizacije koje djeluju po načelu destinacijskog menadžmenta, a osnivaju se radi promicanja i razvoja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske usluge i usluge u turizmu ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane. U provođenju promotivnih aktivnosti u zemlji i inozemstvu, turističke zajednice upotrebljavaju znak hrvatskog turizma koji se utvrđuje odlukom Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice.

Polazišne osnove Programa rada za 2020. godinu su temeljni strateški ciljevi hrvatskog turizma: obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala, provedba novog identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu kao visoko vrijedne destinacije životnog stila i jedne od vodećih kvalitetnih receptivnih turističkih zemalja, uz njegovanje i očuvanje nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti i kvalitetni turizam u suglasju s održivim razvitkom.

Izrađeni Prijedlog Programa rada Turističke zajednice ima polaznicu u Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. godine; strateškim smjernicama sadržanim u master planu razvoja Brodsko- posavske županije i Požeško-slavonske županije kao i ciljevima, prioritetima i mjerama navedenim u županijskoj razvojnoj strategiji Brodsko- posavske županije donesenoj u listopadu 2018. godine za period do 2020. godine. **Također ima polazište i u programu rada Hrvatske turističke zajednice za 2020. godinu, Sporazumu o suradnji na kreiranju i promociji turističkog branda „Slavonija“,**

Akcijskim planovima Ministarstva turizma za razvoj pojedinih turističkih proizvoda, započetim projektima TZ BPŽ iz prethodne godine, analiziranim podacima o ostvarenom turističkom prometu u 2019. godini, odredbama paketa zakona i zakonskih akata kojima se određuju djelatnost i prihodi turističkih zajednica i koordinacijskim sastancima sustava turističkih zajednica na regionalnoj i županijskoj razini.

ZADAĆE I CILJEVI TURISTIČKE ZAJEDNICE BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE

Zadaće regionalne turističke zajednice

Zadaće regionalne turističke zajednice, kao regionalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

1. Strateško planiranje i razvoj

   1.1. sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma
   1.2. donošenje strateškog marketinškog plana za područje županije/regije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma
   1.3. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata definiranih od strane Hrvatske turističke zajednice
   1.4. sudjelovanje u procesima zakonodavstva, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja na razini županije/regije s ciljem osiguranja konkurentnog, dugoročno održivog razvoja turizma
   1.5. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora županije/regije
   1.6. suradnja s ključnim partnerima i drugim županijama/regijama te turističkim zajednicama svih razina s ciljem razvoja ponude ključnih regionalnih i među-regionalnih turističkih proizvoda
   1.7. praćenje i podupiranje kandidiranja javnih turističkih projekata na nacionalne izvore sufinanciranja i izvore sufinanciranja iz Europske unije u suradnji s ostalim županijskim/regionalnim dionicima i lokalnim turističkim zajednicama
   1.8. pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije/regije.

2. Upravljanje sustavom turizma

   2.1. upravljanje kvalitetom – utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije/regije
   2.2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
   2.3. provođenje javnih natječaja za dodjelu potpora za manifestacije lokalnog značenja, potpora turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenim područjima te potpora projektima turističkih

inicijativa i proizvoda na turistički nedovoljno razvijenim područjima u županiji/regiji

2.4. provođenje edukacija i podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području županije/regije

2.5. nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica.

3. Informacije i istraživanja

3.1. uspostavljanje detaljne turističke statistike županije/regije koja sadrži podatke o ponudi i potražnji

3.2. sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području županije/regije

3.3. provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja

3.4. uspostavljanje sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) na razini županije/regije.

4. Marketing

4.1. odnosi s javnošću

4.2. stvaranje, održavanje i redovno kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža

4.3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica

4.4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama

4.5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (brending regije, online i offline aktivnosti, internetske stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)

4.6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini

4.7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

(2) Regionalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama Hrvatske turističke zajednice.

(3) Regionalne turističke zajednice surađuju s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i mogu biti članovi međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Polazeći od tri osnovna cilja Marketinškog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. godine, a to su:

- povećanje snage branda,
- povećanje broja dolazaka,
- povećanje dnevne potrošnje,

kao i Strateških smjernica, vizije i misije te strateških turističkih razvojnih ciljeva za područje Brodsko– posavske županije utvrđenih Strategijom razvoja, a to su:

1. stvaranje poticajnog socijalnog okruženja za turistički razvoj,
2. diversifikacija turističkih proizvoda i atrakcija,
3. uspostava turističke infra i suprastrukture,
4. uspostava tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti,

na dalje, polazeći od ostvarenih rezultata tijekom 2019. godine i iskustava u svezi s tim te uzimajući u obzir aktualnu gospodarsku situaciju, te kretanja u svjetskom turizmu i turizmu u Hrvatskoj. Operativni ciljevi i nadalje ;

1. pozicioniranje Brodsko– posavske županije u sklopu turističkog branda „Slavonija“
2. suradnja i kreiranje uz promociju koje obuhvaća aktivnosti izrade strateških marketinških dokumenata namijenjeni zajedničkoj promociji Turističkog klastera Slavonija u razdoblju 2019. – 2025. godine, na temelju kojih će se usuglasiti marketinške i srodne aktivnosti pet županijskih turističkih zajednica koje čine klaster „Slavonija“,
3. povećanje vrijednosnih učinaka od turizma,
4. podizanje kvalitete postojećih i aktiviranje novih smještajnih kapaciteta,
5. stvaranje preduvjeta za otvaranje kvalitetnog pratećeg uslužnog objekta u zoni auto ceste „Bregana– Lipovac“, (otvoren i obnovljen novi hostel Ribarska kuća),
6. povećanje iskorištenosti kapaciteta postojećih smještajnih kapaciteta, poglavito u vrijeme vikenda te tijekom ljetnih mjeseci,
7. aktiviranje svih raspoloživih resursa, u cilju intenziviranja dolazaka učenika na školskim izletima i iz udaljenijih područja, organiziranih turističkih grupa iz inozemstva u prolazu kroz županiju i organiziranih turističkih grupa,
8. razvijanje cikloturizma u sklopu projekta Slavonia Bike ali od 2020 g. i Slavonia Bike and Bed projekt u sklopu postojećeg Slavonia Bike
9. izrada novih turističkih proizvoda, memorijalnih ruta- imajući u vidu značaj i doprinos naše Brodsko – posavske županije u Domovinskom ratu
10. očuvanje tradicijskih obrta i tradicijske gastro ponude u kojima će biti sadržani elementi autohtonosti i tradicijske baštine,
11. poticanje umrežavanja turističkih subjekata s područja županije,
12. osigurati sinergiju svih sudionika na području županije,
13. poticati suradnju javnog i privatnog sektora.

Navedeni ciljevi ostvarit će se putem niza tržišnih, marketinških i kooperativnih aktivnosti.:

.

PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA

Osnovni parametri korišteni prigodom planiranja prihoda su, uz procjenu prihoda koji će se ostvariti u gospodarstvu županije 2020. godine, te procjenu sredstava kojima će se poticati obavljanje redovite djelatnosti Turističke zajednice i fizički pokazatelji o turističkom prometu u 2019. godini. Novi Zakon o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma će dodatno imati utjecaja i na obujam turističkog prometa u 2020. godini kao i Pravilnik o najnižem iznosu turističke pristojbe.

Prilikom planiranja vodit će se računa o tome:

- Imajući u vidu da je 9. svibnja 2019.g. proglašen novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te da će stupanjem na snagu novog Zakona prestaje važiti Zakon o turističkim zajednicama (N.N. 152/08).
- U proračunu smo planirali veća sredstva od Brodsko– posavske županije za projekte, ali dijelom i za Troškove ureda. Imajući u vidu obujam poslova koje zahtijeva projekt i uloga **nositelja za sredstva od Udruženog oglašavanja, a koje provodi Turistički ured BPŽ za sve TZ u našoj županiji, ali i povećani obim poslova temeljem dobivenih sredstava nakon kandidiranja na Javni poziv HTZ-a za potpore nerazvijenim područjima,** cijenimo da operativno u provedbi ovoga programa moramo angažirati (što smo i činili tijekom 2019. godine), više radnih sati ili stručne osobe kao vanjske suradnike (bilo putem studentskog servisa ili putem ugovora na određeno radno vrijeme).
- Tijekom edukacija a u svezi primjene novog Zakona o TZ i sami predstavnici nadležnog ministarstva su nam dali informaciju da se od nas kao regionalne TZ očekuje više poslova u narednom periodu te da veliki dio obveza iz Glavnog ureda HTZ-a prenosi na razinu TZŽ. Turistička zajednica BPŽ ima dvoje uposlenih dok ostale županijske Turističke zajednice u Slavoniji imaju troje i više uposlenika na stalno radno vrijeme. Obujam poslova i zadataka naše Turističke zajednice u usporedbi sa ostalima u 2019. godini je identičan s obzirom na zadaće koje provodimo i dužne smo provoditi temeljem očekivanja Glavnog ureda HTZ-a. Angažman koji smo u 2019. godini uložili, a sve u cilju povećanja sredstava temeljem kandidatura, planiramo nastaviti i u 2020. godini.
- Naplata turističke članarine ostaje i dalje gorući financijski problem koji kontinuirano pokušavamo riješiti s Poreznom upravom, no naplata se nije znatnije povećala. Naplata turističke članarine iznosi varijabilno oko 60%, a velik problem predstavljaju znatna dugovanja koja će uopće biti teško naplativa radi stanja pravnih i fizičkih osoba na koje se odnose. Nadu i povjerenje ulijeva sustavno uvođenje programskih rješenje na način da bi svaka TZ imala dnevno uvid u dugovanja obveznika turističke članarine i to po obveznicima – o tome je bilo riječi na savjetovanjima sa predstavnicima Ministarstva turizma tijekom 2019.g.. Naplata boravišne pristojbe prati se svakodnevno putem sustava eVisitor u koji uvid ima i Carinska uprava zadužena za nadzor i praćenje naplate boravišne pristojbe.
- Na području Brodsko– posavske županije djeluju dvije gradske i pet lokalnih turističkih zajednica. TZ grada Slavonskog Broda i TZ grada Nova Gradiška, TZ Cernik, TZ Brodsko Stupnik kao TZ BPŽ imaju osnovane Turističke urede, dok TZ općina TZ općine Oriovac, TZ općine Nova Kapela i TZ općine Garčin) još nisu ustrojile Turističke urede. Svi projekti i aktivnosti turističke zajednice županije

usuglašeni su i koordinirani na razini sustava turističkih zajednica Brodsko– posavske županije.

Tablica 1: DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U 2018. I 2019. GODINI

BODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA	01.01.2018.-30.09.2018.		01.01.2019.-30.09.2019.		Godišnji indeks	
	Godišnji		Godišnji		Indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Domaći	8.843	17.335	10.479	19.999	118,50%	115,37%
Strani	18.028	26.898	18.430	27.927	102,23%	103,83%
Ukupno	**26.925**	**44.233**	**28.909**	**47.971**	**107,37%**	**108,45%**

Izvor: Turistički ured, eVisitor izvještaj, listopad 2019. godine

Najnoviji podaci o turističkom prometu u Brodsko- posavskoj županiji govore da je na području BPŽ **u prvih deset mjeseci ove godine ostvareno 47.971 noćenja što je za 8,45 % više nego prošle godine u istom razdoblju.** Struktura gostiju govori da su u povećanju dolasci za **7,37%.** Dolasci domaćih turista su povećani na 18,50%, a noćenja su 115,37% u odnosu na prethodnu godinu. Očekujemo do kraja 2019. godine još veće povećanje dolazaka i noćenja domaćih i stranih gostiju.

Tablica 2: DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U 2016, 2017 , 2018. I 2019. (DO 30. 9. 2019) . godini.

Vrijeme Godina	Broj noćenja	Broj dolazaka
01.01.2016-30.09.2016	37.674	20.314
01.01.2017-30.09.2017	41.500	22.164
01.01.2018.-30.09.2018	44.233	26.925
01.01.2019.-30.09.2019.	47.971	28.909

Izvor: Turistički ured, eVisitor izvještaj, listopad 2019. godine

Od 01.01.2016. godine je novi elektronski oblik evidencije turista u primjeni, te je sada dostupna informacija o točnim podacima za pojedinačne smještajne objekte na području cijele županije.

Tablica 3: DOLASCI I NOĆENJA ZA DRŽAVE IZ KOJIH DOLAZE TURISTI

	01.01.2018-30.09.2018		01.01.2019-30.09.2019		Godišnji indeks	
top 10	**Dolasci**	**Noćenja**	**Dolasci**	**Noćenja**	**Dolasci**	**Noćenja**
1.	Hrvatska (8.843)	Hrvatska (17.335)	Hrvatska (10.479)	Hrvatska (19.999)	118,50%	115,37%
2.	Njemačka (2.632)	Njemačka (3.938)	Njemačka (3.021)	Njemačka (4.610)	114,78%	117,06%
3.	Bugarska (2.335)	Bugarska (2.494)	Bugarska (2.244)	Italija (2.620)	96,10%	105,05%
4.	Italija (1.399)	Italija (2.045)	Italija (1.498)	Bugarska (2.516)	107,08%	123,03%
5.	Francuska (896)	Bosna i Hercegovina (1.397)	Bosna i Hercegovina (1.094)	Bosna i Hercegovina (1.977)	122,10%	141,52%
6.	Švicarska (881)	Francuska (1.302)	Srbija (849)	Srbija (1.458)	96,37%	111,98%
7.	Rumunjska (853)	Srbija (1.259)	Švicarska (793)	Poljska (1.220)	92,97%	96,90%
8.	Bosna i Hercegovina (882)	Švicarska (1.175)	Rumunjska (759)	Slovenija (1.133)	86,05%	96,43%
9.	Srbija (678)	Rumunjska (1.165)	Slovenija (737)	Švicarska (1.073)	108,70%	92,10%
10.	Ostalo (7.526)	Ostalo (12.123)	Ostalo (7.435)	Ostalo (11.365)	98,79%	93,75%

Izvor: Turistički ured, eVisitor izvještaj, listopad 2019. godine

Na prvom mjestu po dolascima i noćenju su sljedeća emitivna tržišta: Njemačka, Italija, Bugarska, BiH, Srbija, Poljska, Slovenija, Švicarska, Francuska. Iz strukture stranih gostiju vidljivo je da prednjače turisti iz Njemačke, a slijede ih turisti iz Italije, koji su nekada bili najbrojniji zahvaljujući lovnom turizmu. Povećanju noćenja gostiju u tranzitu je doprinijelo i otvorenje novih smještajnih jedinica, uz i na autocesti Bregana– Lipovac, na području naše županije. Kao značajni olakšavajući pokazatelj kod planova za 2020. godinu je značajno povećanje turističkih sadržaja i smještajnih mogućnosti.

Ukupan broj smještajnih jedinica u 2019. godini sa 30.09.2019. godine je 660, dok je u 2018. godini bilo 567. Broj kreveta prema podacima iz eVisitor sustava je 1.508 dok je u 2018.g. bilo 1.271. Ukupan broj objekata je 101 dok je u 2018.g. bilo 83, dok je broj obveznika 84 u odnosu na 2018.g. kada je bilo 69.

Uređenje i ulaganje u destinaciju i turističku infrastrukturu ostaje trajni zadatak sustava turističkih zajednica.

PROCJENA UKUPNOG PRIHODA

Obzirom na aktualnu situaciju i procjenu temeljenu na statističkim pokazateljima, procjenjuje se da prihodi od boravišne pristojbe biti veći u 2020. Godini. Također bi prihod od turističke članarine trebao biti također veći i to minimalno za 5%.. Ovo je procjena temeljena na novinama iz nacrta prijedloga novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Tablica 4: STRUKTURA PRIHODA

	PRIHODI	Plan za 2018.	Plan za 2019.	Plan za 2020.
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	55.000,00	67.000,00	80.000,00
2.	Prihodi od turističke članarine	160.000,00	150.000,00	157.500,00
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije	520.000,00	650.000,00	690.000,00
3.1.	Prihodi iz Proračuna Brodsko-posavske županije (redovna djelatnost)	270.000,00	300.000,00	310.000,00
3.2.	Prihodi iz Proračuna Brodsko-posavske županije (projekti u turizmu)	250.000,00	350.000,00	380.000,00
4.	Prihodi od drugih **aktivnosti (HTZ-potpore, UO – 2019.)**	115.925,00	500.000,00	500.000,00
5.	Prijenos prihoda iz prethodne godine	34.075,00	60.000,00	81.011,22
6.	Ostali nespomenuti prihodi	10.000,00	10.000,00	50.000,00
	UKUPNO PRIHODI	**895.000,00**	**1.437.000,00**	**1.558.511,22**

Imajući u vidu stupanje na snagu novoga Zakona o TZ kao i Pravilnika o turističkim članarinama koji je omogućio da TZ županija imaju 5% više prihoda , sukladno tome smo i planirali veća sredstva. Što se tiče **prihoda od županije BP** za ciljane projekte planirana su sredstva povećana, imajući u vidu i povećanje obima poslova na projektima kao što su zadaća nositelja programa Udruženog oglašavanja, u kojima je TZ BPŽ nositelj i koordinator za sve Turističke zajednice u županiji. **Također je u 2019. godini TZ BPŽ putem kandidatura prema Glavnom uredu HTZ-a na ime projekta JAVNI POZIV ZA oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora osigurala sredstva za projekte u iznosu od 500.000,00 kn**. **TZ BPŽ planira ovakve projekte nastaviti provoditi o**perativno kao nositelj i koordinator. **Projekti iziskuju 20% udio vlastitih sredstava nominalnog iznosa, ali i veliki angažman Turističkog ureda u realizaciji spomenutih projekata. To je razlog zašto smo u 2020. godini planirali povećana sredstva, iznos od 310.000,00 kn za rad Ureda i 380.000,00 kn za projekte koje sufinancira županija.**

Prihodi od drugih aktivnosti 500.000,00 kn su očekivani prihodi temeljem **kandidatura projekata prema Ministarstvu turizma i HTZ-a, ali i projekta gdje je TZ BPŽ nositelj i operativno izvršitelj, a to je projekt Udruženog oglašavanja u 2020. godini**. Budući da smo u 2019. godini aplicirali na **Javni poziv „Udruženog oglašavanja"** koje će se provoditi u 2020. godini, ali i kandidature kao što su **potpore turistički nerazvijenim područjima,** potpore događanjima u pred i post sezoni i potpore projektima turističkih inicijativa i proizvoda. Nadamo se da bi spomenuta sredstva osigurali putem spomenutih kandidatura.

Kod **ostalih nespomenutih prihoda** od **50.000,00 kn** računamo na potpore drugih pravnih osoba u sustavu kao i refundaciju dijela troškova za nastupe na sajmovima i posebnih prezentacija od strane HTZ-a koje isti dijelom refundira kada je TZ županije nositelj i organizator bilo posebne prezentacije ili sudjelovanja na sajmovima u zemlji i inozemstvu.
Ukoliko se tijekom 2020. godine ostvari višak prihoda bit će angažiran za realizaciju planiranih projekata u narednim razdobljima.

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Rashodi za radnike i rashodi turističkog ureda

Rashodi za radnike odnose se na isplatu bruto osobnih dohodaka zaposlenima u Turističkom uredu, kao i ostala prava koja proizlaze iz Pravilnika o plaćama i ostalim primanjima zaposlenika u Turističkom uredu, a koji ima uporište u Zakonu o radu. Budući da Turistički ured trenutno nema mogućnosti kandidirati prema HZZ-u zahtjev za osobe koje bi radile na poslovima stručnog osposobljavanja bez zasnivanja radnog odnosa, planiramo sukladno obujmu kandidiranih i odobrenih projekta, ali i povećanom obujmu operativnih zadaća sukladno potrebama angažirati putem Studentskog servisa ili stručnih osoba na određeno radno vrijeme imajući u vidu obujam i obaveze provođenja projekata – bilo kod kandidature ili kod provođenja u operativnom dijelu. Naime, od 2018. godine, a također i u 2019. godine Turistički ured ima ulogu nositelja projekta Udruženog oglašavanja za sve TZ na području županije, što ranije nije bio slučaj (**u 2020. godini očekujemo cca. 500.000,00 kn**) kao i operativno provođenje u realizaciji projekata za potpore turistički nerazvijenim područjima. Budući da realizacija i posao ureda iziskuje puno više radnji i angažmana nego ranijih godina, ali i zbog odgovornosti prema **ulozi nositelja projekta u 2020.g. imamo potrebu za minimalno 3 djelatnika.**
Također je važno istaknuti da je TZ Brodsko – posavske županije u listopadu 2019.g. pokrenula zajednički projekt sa općinom Vrpolje pod nazivom „Izgradnja Kulturno – turističkog centra Eko-etno kuća u Vrpolju“ . U provedbenom dijelu ovaj projekt iziskuje također veliki angažman djelatnika Turističkog ureda . Ovaj projekt je obuhvaćen prilogom 4. Razvojnog sporazuma za područje Slavonije, Baranje i Srijema . Program je temeljen na obnovi kulturne baštine a definirani prijavitelj projektnog prijedloga je općina Vrpolje. Tehničku pomoć za izradu cjelokupnog projekta pruža Centar za razvoj Brodsko – posavske županije. Ovaj projekt ćemo provoditi tijekom cijele 2020.g.
U Turističkom uredu TZ BPŽ su uposleni direktorica Turističkog ureda i stručna suradnica na administrativnim poslovima. Stručna suradnica je većim dijelom svojih obveza zadužena za realizaciju i praćenje projektnih aktivnosti, ali i na projektu praćenja eVisitor sustava. Treću osobu u Turističkom uredu smo do sada angažirali po potrebi zbog obujma aktivnosti projekata kao i aktivnosti vezano za potpore putem Javnog poziva za nerazvijena područja (praćenje realizacije i pravdanja sredstava). U 2019. godini veliki dio ovih aktivnosti smo uspjeli realizirati angažmanom kompetentnih osoba, ali i apsolvenata studenata koji raspolažu marketinškim i organizacijskim vještinama. U 2020.g. velika bi nam pomoć bila kada bih imali uposlenu i treću osobu za stalno radno vrijeme imajući u vidu da smo partner u predmetnom projektu zajedno sa CTR i općine Vrpolje.

S obzirom na objektivne potrebe rada ureda imamo potrebu za proširenjem ureda za još jednu prostoriju. Za sada se u dosadašnjem uredu, koji čini jedna prostorija, organiziramo i obavljamo sve zadaće prema zacrtanom planu, **međutim imamo poteškoća kod skladištenja promotivnih materijala koje smo izdali tijekom 2018. I 2019.g. godine kao i sa održavanjem manjih uobičajenih sastanaka sa partnerima, predstavnicima agencija i sudionicima u kreiranju turističke ponude. Raspolažemo sa dva radna stola i nismo u prilici zbog manjka prostora primiti na sastanak više od jedne osobe. Sve veći problem predstavlja skladišni prostor, ali i kraći radni sastanci sa strankama. Što se tiče sjednica radnih tijela one nam ne predstavljaju problem, jer imamo na raspolaganju prostorije koje nam ustupi Brodsko– posavska županija.**

Turistički ured zadužen je za realizaciju Programa rada. Osim planiranih, Turistički ured pravovremeno odgovara i na sve zadatke i upite koji nastaju tijekom godine, a koje Programom rada nije moguće predvidjeti. Obavljanje poslova Turističkog ureda prati Turističko vijeće na svojim redovitim sjednicama putem pismenog i usmenog izvješća direktorice. Izvješće se podnosi za sve obavljene poslove iz Programa rada. Fond sati rada Turističkog ureda određen je Statutom TZ BPŽ i Ugovorom o radu, no stvarno je ovisan o potrebama za izvršenje pojedinih zadataka. Redovito se vodi evidencija radnih sati. Turistički ured vodi brigu o poštivanju Pravilnika o zaštiti i čuvanju arhivskog gradiva. U Turističkom uredu TZ BPŽ vodi se redovno praćenje turističkog prometa putem sustava eVisitor te se analiziraju podaci prema potrebama sustava TZ i njezinih članica. Knjigovodstvo za Turističku zajednicu BPŽ vodi ovlašteni servis, „Grand obrt “. Članovi tijela Turističke zajednice ne primaju naknadu za svoj rad, ali im se refundiraju troškovi prijevoza i/ili dolaska na sjednicu. Ovu odluku primjenjujemo od 2018. godine.

Tablica 5: STRUKTURA RASHODA UREDA

	RAD TURISTIČKOG UREDA TZ BPŽ	**Plan za 2019.**	**Plan za 2020.**
1.	Materijalni rashodi	18.000,00	18.000,00
2.	Rashodi ureda	40.000,00	40.000,00
3.	Rashodi za zaposlene	384.000,00	430.000,00
4.	Rashodi za rad sjednica tijela TZ BPŽ	5.000,00	10.000,00
5.	Nematerijalni rashodi	15.000,00	20.000,00
6.	Ostali izdaci	5.000,00	5.000,00
	UKUPNO RASHODI UREDA	**467.000,00**	**523.000,00**

Nositelj: Turistički ured TZ Brodsko– posavske županije
Sredstva: 467.000,00 kn
Rok provedbe: tijekom cijele godine

Redovni poslovi Turističkog ureda propisani su Statutom Turističke zajednice BPŽ i Zakonom o turističkim zajednicama člancima;

Obavljanje stručnih i administrativnih poslova turističke zajednice

(1) Na radne odnose zaposlenih u turističkoj zajednici primjenjuju se opći propisi o radu, ako ovim Zakonom nije drugačije propisano.

(2) Ministar pravilnikom propisuje posebne uvjete glede stručne spreme, radnog iskustva, znanja jezika i drugih posebnih znanja i sposobnosti, koje moraju ispunjavati zaposleni u turističkoj zajednici.

(3) Direktor turističke zajednice, osim uvjeta propisanih pravilnikom, mora ispunjavati i uvjet da mu pravomoćnom sudskom presudom ili rješenjem o prekršaju nije izrečena sigurnosna mjera ili zaštitna mjera zabrane obavljanja poslova iz područja gospodarstva, dok ta mjera traje.

Direktor turističke zajednice

(1) Turistička zajednica ima direktora.

(2) Direktora turističke zajednice imenuje turističko vijeće na vrijeme od četiri godine.

(3) Direktor turističke zajednice zastupa turističku zajednicu, organizira i rukovodi radom i poslovanjem turističke zajednice, provodi odluke turističkog vijeća turističke zajednice i u granicama utvrđenih ovlasti odgovoran je za poslovanje turističke zajednice i zakonitost rada turističke zajednice. Za svoj rad odgovara turističkom vijeću i predsjedniku turističke zajednice.

(4) Na osnovu ovlasti iz Statuta, direktor turističke zajednice raspisuje javni natječaj za radna mjesta u turističkoj zajednici.

(5) Do izbora direktora turističke zajednice, a najduže šest mjeseci, prava i obveze direktora turističke zajednice obnaša predsjednik turističke zajednice.

(6) Ograničenje se ne primjenjuju na obnašanje prava i dužnosti direktora Hrvatske turističke zajednice od strane predsjednika Hrvatske turističke zajednice te na obnašanje prava i dužnosti direktora regionalne turističke zajednice od strane predsjednika regionalne turističke zajednice.

Tijela Turističke zajednice

(1) Tijela turističke zajednice su:

1. skupština
2. turističko vijeće
3. predsjednik turističke zajednice.

(2) Statutom turističke zajednice može se predvidjeti osnivanje radnih tijela.

(3) Članovi tijela turističke zajednice i predsjednik turističke zajednice osobno su odgovorni za zakonito i savjesno obavljanje svojih dužnosti.

(4) Mandat članova tijela turističke zajednice traje četiri godine, a članovi mogu biti ponovno birani, odnosno imenovani.

(5) U slučaju prestanka mandata člana tijela prije isteka vremena na koje je izabran, novi član se bira na vrijeme do isteka mandata na koji je izabran prethodnik.

Skupština

(1) Skupština turističke zajednice je najviše tijelo upravljanja u turističkoj zajednici.

(2) Skupštinu turističke zajednice čine članovi i/ili predstavnici članova turističke zajednice.

(3) Članovi, odnosno predstavnici članova turističke zajednice ne mogu putem punomoći ovlastiti drugu osobu da umjesto njih sudjeluje u radu skupštine.

(4) Skupština turističke zajednice održava se najmanje dva puta godišnje.

(5) Skupština turističke zajednice može pravovaljano odlučivati ukoliko sjednici prisustvuje više od polovice članova skupštine.

(6) Skupština turističke zajednice odlučuje većinom glasova prisutnih članova.

(7) Ako na sjednici skupštine ne prisustvuje više od polovice članova skupštine, na istoj sjednici saziva se naredna sjednica skupštine, s datumom održavanja unutar 15 dana od dana sazivanja neodržane sjednice skupštine.

(8) Iznimno članka 5. I 6. ZOTZ , čl. 14. tako održana naredna skupština može pravovaljano odlučivati i kad sjednici ne prisustvuje više od polovice članova skupštine pod uvjetom da odlučuje dvotrećinskom većinom glasova prisutnih članova.

(9) Ukoliko skupština ne usvoji izvješće o izvršenju programa rada i izvješće o radu turističkog vijeća na istoj sjednici se raspušta turističko vijeće i saziva nova sjednica skupštine na kojoj se izabiru novi članovi turističkog vijeća.

Nadležnost skupštine

Skupština turističke zajednice:

1. donosi statut turističke zajednice
2. donosi poslovnik o radu skupštine
3. odlučuje o izboru i razrješenju članova turističkog vijeća
4. donosi godišnji program rada turističke zajednice
5. donosi izvješće o izvršenju programa rada turističke zajednice
6. donosi odluku o izvješćima koje podnosi turističko vijeće
7. nadzire poslovanje turističke zajednice
8. donosi odluke i rješava druga pitanja kada je to predviđeno ovim Zakonom ili drugim propisom.

Nadzorne ovlasti skupštine

Pored nadležnosti iz prethodnog Skupština ima i nadzorne ovlasti te nadzire:

1. vođenje poslova turističke zajednice
2. materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima turističke zajednice
3. izvršenje i provedbu programa rada turističke zajednice.

Turističko vijeće

(1) Turističko vijeće je izvršno tijelo skupštine turističke zajednice.

(2) Turističko vijeće obavlja poslove utvrđene ovim Zakonom i statutom turističke zajednice.

(3) Turističko vijeće je odgovorno skupštini turističke zajednice.

(4) Turističko vijeće može pravovaljano odlučivati ukoliko sjednici prisustvuje više od polovice članova turističkog vijeća.

(5) Turističko vijeće odlučuje većinom glasova prisutnih članova.

(6) Iznimno od stavka 5. ZOTZ čl. 17. , odluku o razrješenju direktora turističke zajednice turističko vijeće donosi dvotrećinskom većinom glasova svih članova turističkog vijeća.

(7) Članovi turističkog vijeća turističke zajednice ne mogu putem punomoći ovlastiti drugu osobu da umjesto njih sudjeluje u radu turističkog vijeća.

Nadležnost turističkog vijeća

Turističko vijeće turističke zajednice:

1. provodi odluke i zaključke skupštine turističke zajednice
2. predlaže skupštini godišnji program rada turističke zajednice te izvješće o izvršenju programa rada
3. zajedno s izvješćem o izvršenju programa rada podnosi skupštini izvješće o svom radu
4. upravlja imovinom turističke zajednice sukladno ovom Zakonu i statutu te sukladno programu rada
5. donosi opće akte za rad i djelovanje stručne službe turističke zajednice
6. imenuje direktora turističke zajednice na temelju javnog natječaja te razrješava direktora turističke zajednice
7. utvrđuje granice ovlasti za zastupanje turističke zajednice i raspolaganje financijskim sredstvima turističke zajednice

8. daje ovlaštenje za zastupanje turističke zajednice u slučaju spriječenosti direktora
9. donosi poslovnik o svom radu
10. obavlja i druge poslove utvrđene ovim Zakonom ili drugim propisom.

Izvješće o radu turističkog vijeća

Izvješće o radu turističkog vijeća iz članka 18. točke 3. ZOTZ sadrži podatke o:

1. održanim sjednicama turističkog vijeća (koje minimalno sadrži datum održavanja, dnevni red, imena prisutnih članova i slično)
2. aktima donesenim od strane turističkog vijeća (naziv akta, kratak opis, imena članova koji su glasali te vrstu danog glasa po pojedinom članu)
3. načinu praćenja izvršenja programa rada i financijskog plana turističke zajednice.

Predsjednik turističke zajednice

(1) Predsjednik turističke zajednice predstavlja turističku zajednicu.

(2) Dužnost predsjednika lokalne i regionalne turističke zajednice obnaša općinski načelnik ili gradonačelnik, odnosno župan ovisno o jedinici lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave za područje koje je turistička zajednica osnovana.

(3) Dužnost predsjednika lokalne i regionalne turističke zajednice može obnašati i osoba koju, iz redova članova turističke zajednice, odredi općinski načelnik ili gradonačelnik, odnosno župan ovisno o jedinici lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave za područje za koje je turistička zajednica osnovana. Osoba koju odredi općinski načelnik ili gradonačelnik odnosno župan može obnašati dužnost predsjednika lokalne i regionalne turističke zajednice samo u vremenu trajanja mandata općinskog načelnika ili gradonačelnika odnosno župana od strane kojeg je određena.

(4) Dužnost predsjednika lokalne i regionalne turističke zajednice koja je osnovana za područje više jedinica lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave obnaša, sukladno odredbama statuta, jedan od općinskih načelnika ili gradonačelnika, odnosno župana ovisno o jedinicama lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave za područje kojih je osnovana takva turistička zajednica.

(5) Dužnost predsjednika lokalne i regionalne turističke zajednice koja je osnovana za područje više jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave može obnašati i osoba koju, iz redova članova turističke zajednice, sporazumno odrede općinski načelnici ili gradonačelnici odnosno župani ovisno o jedinici lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave za područje kojih je osnovana takva turistička zajednica. Osoba koju sporazumno odrede općinski načelnici ili gradonačelnici odnosno župani može obnašati dužnost predsjednika lokalne i regionalne turističke zajednice koja je osnovana za područje više jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave samo za vrijeme trajanja sporazuma.

(6) Osobe iz stavaka 3. i 5. ZOTZ članka 20. za obnašanje dužnosti predsjednika turističke zajednice ne primaju naknadu.

(7) Dužnost predsjednika Hrvatske turističke zajednice obnaša ministar.

(8) Predsjednik turističke zajednice je i predsjednik skupštine i predsjednik turističkog vijeća.

(9) Predsjednik turističke zajednice saziva i predsjeda skupštini turističke zajednice i saziva i predsjeda sjednicama turističkog vijeća.

Rad tijela Turističke zajednice reguliran je Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutom Turističke zajednice Brodsko– posavske županije.

Ostali akti kojima se regulira rad tijela su Poslovnik o radu Skupštine Turističke zajednice, Poslovnik o radu Turističkog vijeća i Poslovnik o radu Nadzornog odbora.

II. FUNKCIONALNI MARKETING - DIZAJN VRIJEDNOSTI

Turističke zajednice su organizacije koje djeluju po načelu destinacijskog menadžmenta, a osnivaju se radi promicanja i razvoja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske usluge i usluge u turizmu ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane. U provođenju promotivnih aktivnosti u zemlji i inozemstvu, turističke zajednice upotrebljavaju znak hrvatskog turizma koji se utvrđuje odlukom Turističkog vijeća

Zajednički ciljevi turističkih zajednica su:

1. 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
2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou u cilju stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
3. 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.

Ovo su osnovni ciljevi turističkih zajednica s tim što treba naglasiti da je destinacija po percepciji turistički proizvod a odredišta unutar destinacije je cilj.
Glavni ured HTZ-a i/ili Ministarstvo turizma će financijski i u 2020.g. podupirati određeni broj manifestacija, a u koordinaciji s gradskim i općinskim turističkim zajednicama u

županiji, TZ Brodsko– posavske županije sukladno će proceduri proslijediti Glavnom uredu HTZ-a zahtjev za financijsku potporu ukoliko za to Javnim pozivom bude predviđena procedura**. Nakon održane koordinacije sa predstavnicima Ministarstva turizma u listopadu 2019.g. ostala su ova pitanja i mogućnosti nedorečena kao i od strane Glavnog ureda HTZ-a. Naime, nakon što Glavni ured HTZ-a na svojoj sjednici Vijeća potvrdi Plan i program rada za 2020.g. , tek tada će biti vidljivo koliko i s kojim sredstvima će se sustav financirati od strane HTZ-a ili eventualno iz fonda za TNP od strane Ministarstva turizma.**

TZ BPŽ podupirat će manifestacije koje svojim sadržajima doprinose prepoznatljivosti destinacije, razvoju turističkog proizvoda, afirmiraju i turistički valoriziraju vrijednosti Brodsko– posavske županije te i utječu na rast turističkog prometa.

Istovremeno su se pojavile i nove manifestacije koje znatno pridonose dinamici i obogaćivanju turističkog sadržaja. Riječ je o manifestacijama koje se vežu uz nove tematike te ciljaju prema različitoj publici sa različitim preferencijama. Ovakve manifestacije postaju brže prepoznatljive prije svega od strane svoje publike, a kao novina pobuđuju interes i kod potencijalnih i novih posjetitelja.

Tijekom 2019. godine smo sukladno napucima Glavnog ureda HTZ-a donijeli i formalno pravni oblik Internog poziva za kandidature manifestacija i događanja za dodjelu potpora i programa „Potpore događanjima u 2019. godini“, koji ćemo objaviti putem javnog poziva početkom 2020. godine. Također ćemo nakon što dobijemo potvrdu Glavnog ureda HTZ-a objaviti i Interni poziv za regionalne manifestacije koje smo financirali i u 2019.g. a koje je do 2019.g. provodio putem Internog poziva Glavni ured. Budući da nam još nisu poznata visina sredstava ovu stavku ćemo istaknuti putem rebalansa. Za sad nam je poznato da će jedino za Top manifestacije i nadalje objavljivati javni poziv Glavni ured HTZ-a.

Aktivnosti koje će se odvijati u okviru područja politike „Dizajn vrijednosti“ odnosit će se na poticanje i sudjelovanje pri organiziranju prigodnih manifestacija koje imaju turistički karakter, a čiji su organizatori drugi subjekti; stvaranje novih turističkih proizvoda i potporu razvoju destinacijskih menadžment kompanija.

2.1. Potpore događanjima i manifestacijama

Turističko vijeće donijelo oblik internog poziva za kandidature manifestacija i događanja za dodjelu potpora pod nazivom „Potpore događanjima “. Isti oblik Internog poziva ćemo objaviti početkom 2020. godine nakon što tijela Turističke zajednice BPŽ donesu Financijski plan i program rada za 2020. godinu.

Predmet Internog poziva

Predmet Internog poziva je dodjela bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice Brodsko- posavske županije (dalje u tekstu: TZ BPŽ) za manifestacije ili događanja koja doprinose sljedećim ciljevima:

- unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude destinacije BP županije „Graničarsko – posavlje“

- povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa,
- stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije BP županije „Graničarsko – posavlje“,
- razvoj turističkih manifestacija koje su motiv dolaska u destinaciju,
- razvoju kulturnog, sportskog i ostalih selektivnih oblika turizma.

U tu svrhu podupirat će se događanja:

- top manifestacije,
- nove manifestacije.

Sredstva potpore odobravat će se za organizaciju i realizaciju:
- kulturne manifestacije ili događanja,
- zabavne manifestacije ili događanja,
- sportske manifestacije ili događanja,
- eno- gastronomske manifestacije ili događanja,
- tradicijske/etno manifestacije ili događanja,
- ostale manifestacije ili događanja.

Kongresi i ostala poslovna događanja nisu obuhvaćeni ovim Internim pozivom.

Namjena sredstava

Sredstva su namijenjena isključivo za događanja koja se održavaju u 2020. godini i to za sufinanciranje troškova koji su određeni u Internom pozivu kao prihvatljivi.

Prihvatljivi prijavitelji

Turističke zajednice s područja Brodsko- posavske županije u funkciji glavnog organizatora, suorganizatora ili partnera (dalje u tekstu: Organizator).
Događanje ili projekt može kandidirati samo jedan organizator. Ako više (su)organizatora kandidira istu manifestaciju ili događanje, potporu može dobiti samo jedan organizator. Turističke zajednice gradova i općina imaju pravo poslati do tri (3) prijave, a Turističke zajednice područja do sedam (7) prijava.
U svim vrstama oglašavanja, organizator događanja mora objaviti logo BP županije, a na društvenim mrežama koristiti oznaku #granicarskoposavlje.

Ostali uvjeti Internog poziva su sastavni dio istoga koji ćemo objaviti u lokalnom tjedniku i na web stranicama www.tzbpz. Također ćemo širu javnost informirati i putem ostalih medija kako bi svi zainteresirani mogli kandidirati svoje manifestacije i događanja.

Nositelji: TZ i ostali organizatori
Rok izvršenja: siječanj - prosinac
Planirano: 100.000,00 kn

2.2. Organizacija i upravljanje destinacijom i potpora razvoju (DMO i DMK)

2.2.1. Projektni prijedlozi za EU fondove

TZ BPŽ je u okviru suradnje sa Razvojnom agencijom CTR krajem 2019.g. kao partner u projektu „Izgradnja kulturno-turističkog centra Eko etno kuća u Vrpolju“. Cilj je jačanje sektora turizma na području BPŽ. Smatramo da svaki od navedenih projektnih prijedloga ima značajan potencijal razvoja, da jačaju turističku konkurentnost te da su dobra polazišna osnova za buduće EU projekte.

Razvojni projekt „**Izgradnja Kulturno-turističkog centra Eko-etno kuća u Vrpolju**“ obuhvaćen je Prilogom 4. Razvojnog sporazuma za područje Slavonije, Baranje i Srijema te nastavno na navedeno obuhvaćen je i pozivom na dostavu projektnih prijedloga „Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine na području Slavonije, Baranje i Srijema“, unutar kojeg je predviđeno financiranje spomenutog projekta. Unaprijed definirani prijavitelj navedenog projektnog prijedloga je **Općina Vrpolje**, dok je pozivom predviđena uključenost turističke zajednice (Turistička zajednica Brodsko-posavke županije) kao obaveznog partnera, te Muzeja Brodskog Posavlja kao dodatnog partnera. Rok za dostavu projektnih prijedloga je do **31. listopada 2019**. godine. Najviša dopuštena ukupna vrijednost bespovratnih sredstava iz EFRR – a koja mogu biti dodijeljena za spomenuti projekt u okviru poziva iznosi **6.500.000 kuna**. Tehničku pomoć pri pripremi navedenog projekta pruža Centar za razvoj Brodsko-posavske županije - CTR.
Svrha poziva je pružanje potpora integriranim razvojnim programima temeljenima na obnovi kulturne baštine koji integracijom različitih komponenti i povezanih aktivnosti osiguravaju unaprjeđenje upravljanja kulturnom baštinom sa ciljem doprinosa održivom razvoju na lokalnoj odnosno regionalnoj razini.

> Turistička destinacija se definira kao tržišno i turistički valorizirana prostorna cjelina koja predstavlja cilj turističkih putovanja i obuhvaća područje jedne ili više jedinica lokalne ili područne (regionalne) samouprave. **Destinacijska menadžment organizacija** se definira kao organizacija koja okuplja dionike javnog, privatnog i civilnog sektora u cilju strateškog i operativnog upravljanja destinacijom i ostvarivanja zajedničke, prethodno usuglašene, vizije. Načelo destinacijskog menadžmenta podrazumijeva turističke aktivnosti dionika, unutar svrsishodne poslovne suradnje, a s ciljem stvaranja integriranog i konkurentnog destinacijskog proizvoda.

2.2.2. **Turistička zajednica će i u 2020.g. raspisati JAVNI POZIV za dodjelu potpora programima destinacijskih menadžment kompanija u 2019.**

Tijekom 2019. godine smo ostvarili suradnju sa DMC iz Dubrovnika na projektu studijskog i promo lova u našoj županiji , DMK Vall 042 d.o.o. iz Varaždina na projektu brendiranja eno gastro ponude i Eklata d.o.o. iz Splita na projektu školskih ekskurzija i posjete odredišta u destinaciji . Planiramo nastaviti, ali i proširiti suradnju na nove partnere koji pokažu interes i rezultate.

Cilj ovog sustava je stvoriti jedinstvene turističke pakete posebnih interesa i u kontinentalnim turističkim destinacijama, što će zahtijevati visok stupanj suradnje ovih kompanija kako s privatnim lokalnim poslovnim subjektima, tako i sa turističkim zajednicama.

Sukladno interesu za kreiranje DMK-ova te u suradnji s vanjskim stručnjacima (putem seminara i edukacijom), pružit ćemo tehničku podršku kandidatima prigodom učenja o tome kako kreirati i razviti kvalitetne turističke proizvode za područje županije i okolice.
Podržavamo i nastavljamo suradnju sa UHPA putem oglašavanja u stručnoj reviji.

Nositelj: TZ
Rok izvršenja: siječanj– prosinac
Planirano: 20.000,00 kn

2.3. Projekti i programi za nerazvijene; održivost i razvoj postojećih i novih turističkih proizvoda

Nove turističke proizvode kreira sustav TZ te ih promovira kao gotov proizvod, najčešće kao tematski. TZ BPŽ do sada ih je kreirala i realizirala dijelom iz vlastitih sredstava, a dijelom putem kandidatura na Javne pozive HTZ-a. Zadaća nam je njihova daljnja promocija kao važan dio cjelokupne turističke infrastrukture.
U 2020.g. planiramo aktivnosti na unaprjeđenju proizvoda vezanih uz riječna krstarenja na području Brodsko-posavske županije, u nastavku predlažem sadržaj buduće Studije održivog razvoja riječnih krstarenja s okvirnim troškovima izrade.
***Naziv*: Studija održivog razvoja riječnih krstarenja Savom na području BPŽ**
Opći cilj projekta: Poticanje razvoja nautičkog turizma na području grada Slavonskog Broda i Brodsko-posavske županije.
Specifični cilj projekta:

- Analiza preduvjeta za izgradnju pristanišne infrastrukture na rijeci Savi
- Analiza potencijala razvoja višednevnih riječnih krstarenja u destinaciji
- Analiza potencijala razvoja jednodnevnih riječnih krstarenja u destinaciji

Ostvarili smo preliminarne razgovore sa Lučkom upravom i tvrtkom Ancoris d.o.o. iz Osijeka te planiramo temeljem izrade Studije održivog razvoja nautičkog turizma na području grada Sl. Broda i Brodsko – posavske županije krenuti u realizaciju ovoga projekta.
Cilja nam je povećanje turističkog prometa. Budući da nam nisu u trenutku kreiranja proračuna poznata raspoloživa sredstva putem kandidatura, koristit ćemo se okvirima iz 2019. godine.

Nositelj: TZ
Rok izvršenja: siječanj – prosinac
Planirano: 50.000,00 kn

2.4. Turistička tradicija - nagrade i priznanja u projektima

TZ BPŽ kandidirat će destinacije, događaje, objekte i pojedince s područja Brodsko–posavske županije na Javne pozive i natječaje za dodjele nagrada u sklopu poznatih natječaja kao što su , Simply the best, Suncokret ruralnog turizma Hrvatske i ostale nagrade u turizmu.

Turistička zajednica će u 2020.g. sukladno propozicijama, aplicirati za dobivanje priznanja, odnosno nagrada, na državnoj razini, vezano za provođenje akcija natjecateljskog karaktera u organizaciji Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice, natječaj u organizaciji Klub članova Selo – „Suncokret ruralnog turizma Hrvatske“, a u sklopu kojih su tijekom proteklog

razdoblja pripala mnogobrojna priznanja. Svjesni smo koliko priznanja potiču i znače svim sudionicima koji su ih zasluženo dobili, ovu aktivnost želimo nastaviti i u 2020. godini, te organizacijski i financijski poduprijeti postojeće projekte i učiniti ih prepoznatljivima, kroz poboljšanje kvalitete turističkog sadržaja.

TZ BPŽ kandidirat će destinacije, događaje, objekte i pojedince s područja Brodsko–posavske županije na Javne pozive i natječaje za dodjele nagrada u sklopu poznatih natječaja kao što su ; Simply the best, Suncokret ruralnog turizma Hrvatske i ostale nagrade u turizmu.

Nositelj: TZ i ostali sudionici
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 25.000,00 kn

2.5. Autohtoni proizvodi, gastronomija

U rujnu 2017. godine započeli smo nacionalni projekt „Okusi“. Sadržaj projekta je usmjeren na razvoj ponude lokalnih i regionalnih kulinarskih specijaliteta i prepoznatljivosti, brendiranje, i umrežavanje ponude, promociju i propagandu sudionika nosioca standarda „Okusi“, te sustavni razvoj turističke ponude i novih turističkih proizvoda na području gastronomije.
Tijekom 2020. godine potrebno je raditi na podizanju razine kvalitete usluge, novim jelovnicima, ali i praćenju razine kvalitete usluge u objektima nositeljima ove oznake „Okusi graničarskog posavlja“. Potrebno je raditi na edukaciji nositelja te planiramo aktivnosti edukacije u kreiranju novih jelovnika i posluživanju novih sadržaja ponude. Nastaviti sa primjenom standarda, te programom kontrole kvalitete putem sustava tajnog gosta. Planiramo održati **.Manifestaciju Dani Okusa hrvatske tradicije kao i zajedničke promotivne i propagandne aktivnosti**

Manifestacija će se oglašavati na HTV-u i na jumbo plakatima u Zagrebu. Za svaku Županiju posebno pripremiti će se prospekt (240×215 dva put lomljen) s ponudom menija i sa zajedničkom zadnjom stranom na kojoj će biti predstavljena osnovna informacijama o okusima u svim županijama koje sudjeluju u projektu. DMK Vall 042 će pripremiti ponudu za izradu i tisak prospekta (2000 kom po Županiji). DMK Vall 042 će ispitati cijene radio oglašavanja za Narodni radio i Antenu(nakon uvida u cijenu zajednički će se dogovoriti dali se ide u ovakvu vrstu oglašavanja) Sve TZŽ, koliko je najviše moguće, uključiti će oglašavanje manifestacije Dani Okusa hrvatske tradicije u svoje kanale oglašavanja. DMK Vall 042 će pripremiti potrebne vizuale za oglašavanje

Nastavit ćemo suradnju sa tvrtkom Vall 042 d.o.o. iz Varaždina, ali i proširiti model i unaprijediti turističku ponudu sa drugim marketinškim agencijama. Krajem 2018. godine potpisali smo Sporazum sa tvrtkom „Kreativna koka“ – obrt za promociju i marketing koja ima vlastiti blog sa temom gastro ponuda. Nastaviti ćemo ju i u 2020. godini. kao novi detalj u digitalnom marketingu naše gastro ponude.

Nositelji: TZ i tvrtka DMK Vall 042 d.o.o.
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 25.000,00 kn

2.6. Tranzitni turizam

Imajući u vidu ovakve vrste promocije od strane Glavnog ureda HTZ-a planiramo nastaviti organizirati servis dobrodošlice na graničnom prijelazu sa BiH, važnijim punktovima i frekventnim mjestima, posebice u vrijeme početka sezone tj. tijekom ljetnih mjeseci. Ovu akciju svake godine provodi i Glavni ured HTZ-a na graničnom prijelazu sa Slovenijom, te smo uz njihovu suglasnost i potporu, u vidu promotivnih materijala, pokrenuli ovu akciju.

Nositelji: TZ i HTZ
Rok izvršenja: lipanj/ listopad 2020. godine
Planirano: 5.000,00 kn

III. KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI

Komunikacijske vrijednosti odnosit će se na online i offline komunikacijske aktivnosti i realizaciju istih.

A. ONLINE KOMUNIKACIJE

3.1. Online komunikacije – održavanje web stranice i digitalni marketing

U 2020.g. planiramo obogatiti sadržaj sa novim tematskim rutama te putem web stranice promovirati destinaciju i odredišta unutar Brodsko – posavske županije. Budući da smo u 2018. godini redizajnirali web stranicu TZ BPŽ te smo ju obradili tematski i preveli na pet jezika (hrvatski, njemački, engleski, a slovenski i talijanski). U 2020. godini planiramo nastaviti sa razvojem alata za e-marketing i ažuriranjem web stranice. Sredstva smo osigurali u 80% iznosu putem Javnog poziva od Glavnog ureda HTZ-a. U 2019. godini nastavljamo s redovitim ažuriranjem web stranice www.tzbpz.hr i objavama na društvenim mrežama. Također, nastavljamo i suradnju sa poznatim blogerima koji razvijaju i promoviraju tematske rute. Nastavit ćemo ih i dodatno razvijati s novim temama jer se ovakav način promocije pokazao iznimno korisnim potencijalnim posjetiteljima. Smatramo da je nužno web stranicu prilagoditi modernim alatima i tehnologijama u digitalnom marketingu.

Online komunikacije obuhvatit će Internet oglašavanje, Internet stranice i upravljanje njima i oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom. Također angažman na blogu FOODGASM BY ENA sa tvrtkom koja će nam putem svoga bloga dodatno promovirati gastro ponudu. Nastavlja se i kampanja uz već postojeću implementaciju mobilne aplikacije VISION ONE, SLAVONIA BIKE, SLAVONIA BIKE & BAD. Svrha ovoga projekta je objavljivati sadržaj o turističkoj ponudi i infrastrukturi, ponudi proizvoda i usluga, te oznake na turističkoj karti, kalendar događanja itd.
Tijekom 2020. godine sadržaj web stranica kontinuirano će se usklađivati sa zahtjevima turističkog tržišta.

Nositelj: TZ
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 20.000,00 kn

B. OFFLINE KOMUNIKACIJE

3.2. Offline komunikacije - oglašavanje u tisku i medijima

Temeljem uvida u gledanost pojedinih portala u sklopu planiranih sredstava ćemo početkom 2020.g. pristupiti potpisivanju sporazuma o suradnji koja se odnosi na praćenje aktivnosti Turističke zajednice BPŽ. Oglašavanje na lokalnim i regionalnim, radio i TV postajama, uz predstavljanje turističkih atrakcija i aktivnosti u regionalnom i nacionalnom tisku, vodičima i turističkim katalozima, promovira na izravan način destinaciju, a ujedno daje i konkretne rezultate, koji se ogledaju u povećanju turističkog prometa.
Offline komunikacije odnosit će se na oglašavanje; opće oglašavanje i suradnju s novinarima.

Nositelj: TZ
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 30.000,00 kn

3.3. Udruženo oglašavanje

Sukladno Javnom pozivu za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2020. godini, Turistička zajednica Brodsko-posavske županije se prijavljuje u sklopu modela 1 A (udruženo destinacijsko oglašavanje sustava turističkih zajednica).
Visina sredstava za provedbu udruženog oglašavanja u 2020. godini, koju je odobrilo Vijeće HTZ-a, za Brodsko-posavsku županiju iznosi 420.000,00 kn.
Sukladno Javnom pozivu tražimo maksimalno sufinanciranje od strane HTZ-a, odnosno 80% media plana obzirom da su ispunjeni zadani kriteriji. Traženi udio od HTZ- 420.000,00kn.
Medijske kuće i agencije koje će vršiti oglašavanje odabrane su, te dostavljene u Turističku zajednicu Brodsko-posavske županije s priloženim ponudama i media planovima.
Kandidirani marketinški plan rađen je s idejom cjelovite promocije Županije - opće, događanje i proizvod. Naglasak je ove godine stavljen na online kanale. Internet je etabliran kao primarni kanal za inspiraciju i organizaciju putovanja široke ciljne skupine. Odabrali smo jednog vodećeg medijskog partnera na odabranim tržištima.
U Hrvatskoj je odabrana RTL televizija i njihovi online/online TV kanali. Digital native projekt sastoji se od advertorial s fokusom na storytelling sa 6 uredničkih video priloga te promociju istih na način da se video se pušta kroz članak kroz naslovnicu Vijesti.hr i mrežu RTL Digital, te display oglašavanja različitim banner formatima. Domaću publiku planiramo zahvatiti i kroz Linker mediju - native mrežu sa premium portalima (jutarnji.hr, tportal.hr...). Native oglasi izgledaju kao dio sadržaja portala koji nije plaćeni te ih namjeravaomo koristiti za promociju posebnih oblika turizma te događanja Turistički blog explorecroatia odabran je za nišnog partnera kako bi se kroz niz priča/članaka približila ponuda destinacije specifičnom tagretu (25+, interes za turizam i putovanja, vikend-izletnicci i sl.). RVM Mobile Network planiran je kako bi preciznim targeting opcijama zahvatili publiku na pametnim telefonima (koji su danas jedan od najčešćih uređaja za pristup internetu).

Večernji list odabran je za partnera za offline medije kako bi kroz članak na dvije stranice predstavili destinaciju relevantnoj domaćoj publici. Dodatno, planiran je i Narodni radio kao najslušanija nacionalna postaja za promociju događanja koja doprinose promociji destinacije.
Ove godine promocija destinacije predviđena je i za tržište Njemačka - odabrani medijski partner je najposjećeniji portal t-online.de. Odabrani format je multimedia bundle koji

uključuje članak opremljen različitim sadržajima te promocija istog kroz teaser bannere. Za dodatni doseg odabrana je mobile mreža kojom ćemo komunicirati opću ponudu destinacije. Dodatno, od ove godine uključujemo i promociju vlastitih social kanala - Facebook i Instagram i to na tržištima Hrvatska, Austrija i Bosna i Hercegovina. Kroz kvalitetan sadržaj na ovaj način namjeravamo podići dodatnu svijest o ponudi destinacije. U proteklim godinama ostvarili smo odličnu suradnju s našim medijem - Bicikademija te i ove godine namjeravamo ponovo podržati ovaj projekt i to kroz zajedničko oglašavanje na njihovoj Facebook stranici na tržištima Njemačka i Hrvatska s ciljem daljnje promocije cikloturizma.

Udruženo oglašavanje realizirat će se temeljem medijskog plana prihvaćenog od strane HTZ-a. Nadamo se pozitivnom odgovoru do kraja ožujka u 2020.g.

Nositelj: HTZ i TZ Brodsko – posavske županije
Rok izvršenja: ožujak – prosinac 2020. godine
Planirano: 500.000,00 kn

3.4. Studijska putovanja – suradnja sa studentima i učenicima srednjih škola

Organizirati studijska putovanja radi što boljeg upoznavanja s turističkim vrijednostima županije, ali i zbog potrebe učenika da se upoznaju sa primjerima dobre prakse, koji su praktični primjeri utemeljeni kurikulumom radi provedbe kvalitetne edukacije. Isto predstavljati turističkim i putničkim agencijama koje se bave organizacijom đačkih izleta. Konkretan primjer je i suradnja sa turističkom agencijom Eklata gdje smo zakupili oglasni prostor u katalogu za putovanje učenika osnovnih i srednjih škola.

Dosadašnja suradnja sa učenicima i studentima se bazirala na obilježavanju Svjetskog dana turizma. Ujedno su učenici na taj način imali priliku upoznati nove alate u distribuciji i promociji turističke ponude BPŽ. Teme povodom Svjetskog dana turizma dobijemo putem Glavnog ureda – HTZ-a.

Nositelj: HTZ, TZ BP županije, Turističke agencije i škole
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 10.000,00 kn

3.5. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima

Posredstvom predstavništava Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu kontaktirat će se i inozemni turoperatori, koji u svojim katalozima i programima nude Hrvatsku, s ciljem uključivanja u predložene itinerere, polazeći prvenstveno od komparativnih prednosti BPŽ.
Kao i ranijih godina, odgovarat ćemo na upite putničkih agencija, kojima će se po potrebi dostavljati i promidžbeni materijali destinacije imajući u vidu naputke od Hrvatske turističke zajednice.
Turistička zajednica će sukladno procjeni Turističkog vijeća i na ovaj način promovirati medijski našu županiju i turističke potencijale. Također organizirat će se i posebni susreti s novinarima, blogerima, influencerima, te konferencije za iste odnosno najave određenih događanja u tiskovinama značajnijih izdavačkih kuća ili emisijama radio postaja. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima organizirat ćemo u suradnji s GU HTZ-a, samostalno i u suradnji s organizacijama čiji smo članovi.

Ovaj projektni zadatak realizirat će se, prije svega, s ciljem postizanja veće iskorištenosti kapaciteta. Kao i do sada, a temeljem e-mail adresara hrvatskih putničkih agencija, istima će se redovito prosljeđivati sve informacije o novostima u turističkoj ponudi.

Nositelj: HTZ, strana predstavništva HTZ-a, TZ BP županije
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 10.000,00 kn

3.6. Brošure i ostali tiskani materijali

Turistička zajednica tijekom 2019. Izdala tematsku brošuru na šest jezika a u 2018. godini izdali sveobuhvatni turistički katalog na pet jezika i to na: hrvatski, engleski, njemački, talijanski i slovenski. **Ovaj projekt je sufinancirao HTZ sa 80% . Tijekom 2020 . g. ćemo imati potrebu za eventualni reprint postojećih izdanja .Također planiramo izdati tematske karte imajući u vidu potrebe za ciljane posebne prezentacije određenih odredišta kao i za potrebe nastupa na sajmovima u zemlji i inozemstvu.**
Nositelj: TZ
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 20.000,00 kn

3.7. Izrada i snimanje turističkog filma

Budući da smo u 2018. godini snimili promo film od 7 minuta za potrebe video priloga na web stranicama www.tzbpz.hr a u 2019.g. iz sredstva HTZ-a temeljem Javnog poziva za potpore TNP dobili sredstva za snimanje 3 minutnog promo filma kao i spota od 30 sekundi, smatramo da u 2020.g. možemo računati na potrebe snimanja manjih video priloga ali po ciljanim odredištima.

Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 10.000,00 kn

3.8. Info table i dopuna smeđe signalizacija

Pratit ćemo stanje signalizacije na terenu te obavljati eventualno potrebne dopune i/ili popravke. U suradnji sa sustavom TZ te općinama i gradovima, radit ćemo na ujednačavanju i ispravnom postavljanju turističke signalizacije na području cijele županije.

Postojeće turističko- informativne ploče, odnosno panoi s različitim turističkim sadržajima locirani na različitim lokacijama, kontinuirano će se održavati u slučaju mehaničkih oštećenja ili devastacije, kao i u smislu eventualnih potrebnih korekcija druge vrste.

Po potrebi će se postojeći znakovi smeđe signalizacije nadopunjavati novim znakovima, poglavito u slučaju otvaranja novih smještajnih objekata ili turističkih atrakcija.

Nositelj: TZ
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 10.000,00 kn

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

4.1. Sajmovi i posebne prezentacije u inozemstvu

S obzirom na oblik ponude te njezin razvoj, otvara se potreba predstavljanja i na novim tržištima i sajmovima. Unatoč značajnom sufinanciranju HTZ-a te dijeljenju ostatka troška svih uključenih TZŽ Slavonije, još uvijek sajamski nastupi predstavljaju značajniji trošak. Slavonija se godinama nije prezentirala nigdje u inozemstvu i iskustva sa sajmova na kojima se predstavljamo su ponekad iznenađujuća. Definitivno je riječ o neotkrivenom dijelu Hrvatske koji ima velike mogućnosti razvoja. U tom smislu, smatramo da je potrebno izvidjeti mogućnosti proširenja sajamskih nastupa na ciljanim tržištima i prije svega onih specijaliziranih.

Sajmovi će se realizirati u ovisnosti od odobrenih sredstava HTZ-a.

Nastavljamo i u 2020. godini u sklopu klastera Slavonija kandidirati prema Glavnom uredu HTZ-a, u suradnji s TZŽ klastera Slavonija posebne prezentacije i nastupe na sajmovima, na tržištima Slovenije, Austrije, Njemačke i Italije. Model organizacije i financiranja klasterskih posebnih prezentacija isti je kao i za sajamske nastupe. TZ BPŽ u 2018. I 2020.g. godini bila je nositelj posebne prezentacije klastera u Austriji.

. Ukoliko se tijekom godine otvori mogućnost i potreba nastupa i prezentacija i na ostalim, BPŽ će nastupiti na istima u okvirima svojih mogućnosti.

Turistička zajednica je član klastera Slavonija koji obuhvaća pet slavonskih županija. Svake godine planiramo za narednu kalendarsku godinu prezentacije u inozemstvu, kao destinacije Slavonije, Baranje i Srijema kako bi doveli turiste sa emitivnih tržišta s kojih nam uglavnom i dolaze dosadašnji turisti. Podatke o tržištima imamo putem eVisitor sustava, svakodnevno ažurirane i dostupne.

Budući da kao dio regije Slavonija imamo zajednički cilj i interes, pristali smo biti sudionikom ovih vrsta prezentacija i promocija. Rezultate kandidatura sajmova i posebnih prezentacija ćemo znati početkom 2020. godine te ćemo sukladno tome i postupiti u operativnom dijelu.

Nositelji: HTZ, TZ BP županije, Klaster „Slavonija“ svih pet slavonskih županija, PPS destinacija, TZ s područja BP županije
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 40.000,00 kn

Kandidature sajamskih nastupa u 2020. godini
klastera Slavonija s partnerima

- ***Sajam: Destinationshow***
  Mjesto održavanja: UK, London
  Tema: turistička ponuda destinacije
  Termin održavanja: 30.1. – 2.2. 2020.
  Predstavljaju se: klaster Slavonija

Vrsta troška	***iznos***
zakup štanda, 8m2	36.600,00
oprema štanda (pult, stol, stolice)	5.000,00
uređenje štanda	5.000,00
prijevoz i smještaj jedne osobe	10.000,00
dnevnice (70 eur x 6)	3.200,00
Ukupno troškovi	***59.800,00***
HTZ – 75%	***44.850,00***
TZ klastera Slavonija i TZZŽ	***14.950,00***

- **Sajam: fietsenwandelbeurs**
  Mjesto održavanja: Utrecht, Nizozemska
  Tema: specijalizirani - biciklizam
  Termin održavanja: 28.2 – 1. ožujak 2020.
  Predstavljaju se: klaster Slavonija

	Vrsta troška	***Iznos***
1.	zakup štanda i oprema, 12 m2 suizlaganje HTZ	11.185,00 + 2.796,25 = 13.981,25
4.	prijevozni troškovi i smještaj jedne osobe	10.000,00
5.	putni nalog	2.500,00
	Ukupno	**26.481,25**
	HTZ – 75%	**19.860,93**
	TZ klastera Slavonija	**6.620,32**

- ***Sajam: NATUR APLE ADRIA***

  Mjesto održavanja: Ljubljana, Slovenija
  Tema: opći, turistička ponuda destinacije
  Termin održavanja: 29.1. - 1.2. 2020.
  Predstavljaju se: klaster Slavonija

Vrsta troška	***iznos***
zakup štanda, 12m2 1740 eur	13.000,00
Oprema i uređenje štanda	5.000,00
prijevoz	3.500,00
smještaj	3.750,00
dnevnice	1.875,00
Ukupno troškovi	***27.125,00***
HTZ – 75%	***20.343,75***
TZ klastera Slavonija	***6.781,25***

- ***Sajam: CARAVANA***

  Mjesto održavanja: Leeuwarden, Nizozemska
  Tema: specijalizirani
  Termin održavanja: 26. - 28. 1. 2020.
  Predstavljaju se: klaster Slavonija

Vrsta troška	***iznos***
zakup štanda, 6m2	9.000,00
Oprema i uređenje štanda	5.000,00
prijevoz	3.500,00
smještaj	3.750,00
dnevnice	1.875,00
Ukupno troškovi	***23.125,00***
HTZ – 75%	***17.343,75***
TZ klastera Slavonija	***5.781,25***

Suizlaganje na štandu HTZ-a:

- **Ferienmesse, Beč, 16. – 19. siječnja 2020.**

Mjesto održavanja: Beč, Austrija
Tema: opći
Termin održavanja: 16. - 19.1. 2020.
Predstavljaju se: klaster Slavonija

Vrsta troška	*iznos*
zakup mjesta	10.500,00

- **BIT, Milano, Italija**

Mjesto održavanja: Milano, Italija
Tema: opći
Termin održavanja: 09. - 11.02. 2020.
Predstavljaju se: klaster Slavonija

Vrsta troška	*iznos*
zakup mjesta	10.500,00

Ukupni troškovi sajamskih nastupa: 136.531,25
Ukupno HTZ: 102.398,43
Ukupno TZŽ: 34.132,82

Sufinanciranje suizlaganja na štandu HTZ-a : 21. 000,00

Kandidature posebnih prezentacija
klastera Slavonija u 2020. godini

Koncept prezentacija:

U dogovoru s Predstavništvima HTZ-a, koja su odobrila predmetnu kandidaturu, prezentacije su namijenjene novinarima i putničkim agencijama. TZŽ klastera Slavonija pripremaju ppt prezentaciju, promotivne materijale i vizuale klastera i Hrvatske turističke zajednica i promotivne vrećice u kojima će, osim promotivnih materijala biti i prikladan suvenir. Nakon održane ppt prezentacije predstaviti ćemo i enogastro ponudu domaćih, autohtonih proizvoda s područja cijele Slavonije. Po održavanju prezentacije, TZŽ obaviještava i sve medije u Hrvatskoj te tako dodatno promovira turističke sadržaje klastera i aktivnosti cijeloga sustava.

1. Posebna prezentacija: Austrija, Beč, rujan :

Vrsta troška	***Iznos***
1.1. ***Prezentacija***	***29.650,00***
Najam dvorane/zakup prostora	9.000,00
Eno i gastro ponuda	7.000,00
Najam tehnike	2.000,00
Izvođači - honorar	2.000,00
Izvođači - putni nalog	3.150,00
Izvođači - prijevoz	2.500,00
Izvođači - smještaj	3.000,00
Ostali neplanirani troškovi	1.000,00
1.2. Troškovi organizatora	***8.650,00***
Dnevnice (3 dnevnice x 2 osobe)	3.150,00
Smještaj (2 noćenja x 2 osobe)	3.000,00
Prijevoz organizatora prezentacije	2.500,00
UKUPNO	***38.300,00***
HTZ 75%	***28.725,00***
TZŽ SLAVONIJE	***9.575,00***

2. Posebna prezentacija Budimpešta, Mađarska

Posebna prezentacija za turističke djelatnike i novinare u Budimpešti namijenjena mađarskom tržištu. Održat će se početkom travnja 2020. godine. Glavne teme predstavljanja biti će nišni proizvodi klastera Slavonija: prirodna i kulturna baština, aktivni turizam te enogastro segment. Za lokaciju održavanja prezentacije predlažemo manji usidreni brod na Dunav s naglašenom simbolikom Dunava koji spaja Mađarsku i Hrvatsku

Vrsta troška	***Iznos***
1.1. Prezentacija	
Najam dvorane/zakup prostora i tehnike/oprema	8.000,00
Eno i gastro ponuda	8.000,00
Izvođači – putni nalog	3.200,00
Izvođači – prijevoz	5.000,00
Izvođači – smještaj	4.500,00
Ostali neplanirani troškovi	2.000,00
Ukupno prezentacija	***30.700,00***
1.2. Troškovi organizatora	
Dnevnice (3 dnevnice x 2 osobe)	3.200,00
Smještaj (2 noćenja x 2 osobe)	4.500,00
Ukupno troškovi organizatora	***7.700,00***
UKUPNO:	***38.400,00***
HTZ 75%	***28.800,00***
TZ klastera Slavonija 25%	***9.600,00***

3. Posebna prezentacija u Milanu, Italija

Vrsta troška	***Iznos***
1.1. Prezentacija	
Najam dvorane/zakup prostora i tehnike/oprema	25.000,00
Eno i gastro ponuda	10.000,00
Izvođači – putni nalog	3.200,00
Izvođači – prijevoz	6.000,00
Izvođači – smještaj	4.500,00
Ostali neplanirani troškovi	2.000,00
Ukupno prezentacija	***50.700,00***
1.2. Troškovi organizatora	
Dnevnice (3 dnevnice x 2 osobe)	3.200,00
Smještaj (2 noćenja x 2 osobe)	4.500,00
Ukupno troškovi organizatora	***7.700,00***
UKUPNO:	***58.400,00***
HTZ 75%	***43.800,00***
TZ klastera Slavonija 25%	***14.600,00***

4. Posebna prezentacija: veljača, Ljubljana, Slovenija

Koncept: prezentacija je planirana u hotelu Sharaton u Ljubljani. Kuhar iz jednog od restorana s područja Slavonije pripremiti će jela koja će biti složena uz vina ove regije. U programskom dijelu predstaviti će se dva parka prirode I to izlaganjem tzv. "čuvara prirode", tzv "rendžera". Cijelu večer zaokružiti će glazbeni izvođači.
Koncept je dogovoren u suradnji s Predstavništvom HTZ-a.

Vrsta troška	***Iznos***
1.2. ***Prezentacija (SLO)***	***65.000,00***
Najam dvorane/zakup prostora, hotel Sharaton	10.000,00
Eno i gastro ponuda	25.000,00
Najam tehnike	2.000,00
Izvođači – honorar, prijevoz, smještaj (kuhar, glazbenici, rendžeri)	25.000,00
Moderator	2.000,00
Ostali neplanirani troškovi	1.000,00
1.2. Troškovi organizatora (SLO)	***7.500,00***
Dnevnice (3 dnevnice x 2 osobe)	2.500,00
Smještaj (2 noćenja x 2 osobe)	3.000,00
Prijevoz organizatora prezentacije	2.000,00
UKUPNO (SLO)	***72.500,00***
HTZ 75%	***54.375,00***
TZŽ SLAVONIJE	***18.125,00***

Ukupni troškovi posebnih prezentacija
Ukupno HTZ: 155.700,00 kn
Ukupno TZŽ: 51.900,00 kn

4.2. Sajmovi i posebne prezentacije u Hrvatskoj

Turistička zajednica Brodsko- posavske županije u suradnji s Brodsko- posavskom županijom i lokalnim turističkim zajednicama planira se predstaviti na sajmovima u Republici Hrvatskoj. Sukladno uputama Glavnog ureda HTZ-a, Turistički ured je kandidirao nastup na ovim sajmovima kao i posebne prezentacije gdje bi predstavili i najavili najatraktivnije manifestacije tijekom godine, odnosno tijekom travnja. Ukoliko dobijemo potporu od Glavnog ureda HTZ-a, namjera nam je u suradnji sa ostalim TZ u županiji adekvatno predstaviti kulturne i tradicijske manifestacije, kako bi povećali broj dolazaka stranih i domaćih turista u našu županiju. Dani Ivane Brlić-Mažuranić, Brodsko kolo, Mega Bikers susreti, CMC festival, Novogradiško glazbeno ljeto itd.). Preferiramo kod prezentacija model panel rasprava jer se pokazalo kao učinkovit i upečatljiv. Konačni sadržaj prezentacija i predstavljanja ovisi i o interesu organizatora istih te o sredstvima koja će nam biti odobrena.

Nositelj: TZ BP županije , TZ iz županijskog ustroja
Rok izvršenja; tijekom 2020. godine
Planirano: 40.000,00 kn

Turistička zajednica Brodsko-posavske županije u suradnji sa gradskim turističkim zajednicama koje čine Turistička zajednicom grada Slavonskog Broda i Turistička zajednica grada Nove Gradiške i općinskim turističkim zajednicama dostavlja kandidature za samostalne sajamske nastupe i posebne prezentacije Brodsko-posavske županije u 2020. godini.

Samostalni sajamski nastupi TZ Brodsko-posavske županije:

- Place2go, Zagreb, 13.-15. ožujka 2020. godine;
- Sajam vina i delicija „Vinski podrum“, Split, svibanj 2020. godine;
- Sajam lova, ribolova, prirode i turizma, Varaždin, listopad 2020. godine.
  Ukupno sajmovi: 39.900,00 kn
  Ukupno sajmovi HTZ: 26.100,00 kn

Samostalne posebne prezentacije TZ Brodsko-posavske županije:

- Zagreb – travanj
  Ukupno posebne prezentacije: 39.700,00 kn
  Ukupno posebne prezentacije HTZ: 28.850,00 kn

TROŠKOVNICI - SAJMOVI

Planirani troškovnik samostalnog sajamskog nastupa TZ BPŽ na sajmu Place2go, ožujak, Zagreb:

Vrsta troška	Iznos
Zakup prostora, 8m2	7.600,00
Uređenje štanda	4.000,00
Ukupno štand	***11.600,00***
HTZ 75%	***8.700,00***
TZŽ 25%	***2.900,00***
Putni trošak, 1 osobe	1.500,00
Smještaj, 1 osobe	2.000,00
Dnevnice, 1 osobe, 3 dana	600,00
Ukupno trošak informatora	***4.100,00***
HTZ 50%	***2.050,00***
TZŽ 50%	***2.050,00***
Ukupno troškovi	**15.700,00**
HTZ 75% + 50%	**10.750,00**
TZ BPŽ 25% + 50%	**4.950,00**

Planirani troškovnik samostalnog sajamskog nastupa TZ BPŽ na Sajmu vina i delicija

„Vinski podrum“, svibanj, Split:

Vrsta troška	Iznos
Zakup prostora	4.000,00
HTZ 75%	***3.000,00***
TZŽ 25%	***1.000,00***
Trošak puta, 1 osoba	4.000,00
Smještaj, 1 osoba	2.500,00
Dnevnice, 1 osoba x 3 dana	600,00
Ukupno trošak informatora	***7.100,00***
HTZ 50%	***3.550,00***
TZŽ 50%	***3.550,00***
Ukupno troškovi	**11.100,00**
HTZ – 75% + 50%	**6.550,00**
TZ BPŽ – 25% + 50%	**4.550,00**

Planirani troškovnik samostalnog sajamskog nastupa TZ BPŽ na Sajmu lova, ribolova, prirode i turizma, listopad, Varaždin

Vrsta troška	Iznos
Zakup prostora 8m2	5.000,00
Oprema (pult, stol, stolica, struja)	2.000,00
Uređenje štanda	2.000,00
Ukupno štand	***9.000,00***
HTZ 75%	***6.750,00***
TZŽ 25%	***2.250,00***
Trošak puta, 1 osoba	2.500,00
Smještaj, 1 osoba	1.000,00
Dnevnice, 1 osoba x 3 dana	600,00
Ukupno trošak informatora	***4.100,00***
HTZ 50%	***2.050,00***
TZŽ 50%	***2.050,00***
Ukupno troškovi	**13.100,00**
HTZ – 75% + 50%	**8.800,00**
TZ BPŽ – 25% + 50%	**4.300,00**

TROŠKOVNIK - POSEBNA PREZENTACIJA

U organizaciji TZ Brodsko-posavske županije, zajedno sa gradskim turističkim zajednicama koje čine Turistička zajednicom grada Slavonskog Broda i Turistička zajednica grada Nove Gradiške, planiraju se posebne prezentacije turističke ponude Brodsko-posavske županije. Posebna prezentacija namijenjena je prvenstveno turističkim novinarima, putničkim agencijama, te svim zainteresiranim koji organiziraju i/ili planiraju putovanje u Brodsko-posavsku županiju. Organizirali bismo jednu prezentacije u Zagrebu u suradnji s promotivnom agencijom. Prezentacija bi se realizirala u travnju, kroz predstavljanje najvažnijih manifestacija, eno-gastro ponude i ostalih segmenata turističke ponude županije. Kao dodatak promociji županije podijelili bismo promotivne materijale i simbolične suvenire.

Samostalna prezentacija TZ BPŽ u Zagrebu, travanj:

	Vrsta troška	**Iznos**
1.	Troškovi agencije	15.000,00
2.	Nositelji programa (honorari, dnevnice, smještaj, prijevoz)	10.000,00
3.	Hrana	8.000,00
4.	Piće	3.000,00
	Ukupno trošak nositelja programa	***36.000,00***
	HTZ 75%	***27.000,00***
	TZŽ 25%	***9.000,00***
5.	Organizatori - smještaj (2 noćenja x 2 osobe)	2.500,00
6.	Organizatori - dnevnice (3 dnevnice x 2 osobe)	1.200,00
	Ukupno trošak organizatora programa	***3.700,00***
	HTZ 50%	***1.850,00***
	TZŽ 50%	***1.850,00***
	Ukupno troškovi	**39.700,00**
	HTZ 75% + 50%	**28.850,00**
	TZ BPŽ 25% + 50%	**10.850,00**

Nositelj: TZ BPŽ uz pomoć udruga, TOPG, OPG, TZ općina i gradova na području Brodsko – posavske županije.

Rok izvršenja;: tijekom 2020. Godine

Planirano: 40.000,00

V. INTERNI MARKETING

Aktivnosti internog marketinga odnosit će se na edukaciju, koordinaciju subjekata, neposredno ili posredno uključenih u turistički promet te akcije Turističke zajednice u segmentu dodjeljivanja nagrada i priznanja. Također obuhvaća i stručno usavršavanje i edukaciju djelatnika Turističkog ureda BPŽ.

5.1. Edukacija

Prema mogućnostima i potrebama TZ BPŽ i potrebama radit ćemo na edukaciji svih dionika u turizmu kao i uposlenih u sustavu TZ-a. Sudjelovat ćemo na edukacijskim putovanjima, seminarima, okruglim stolovima, konferencijama, stručnim savjetima i slično u zemlji i inozemstvu. Cilj putovanja bit će upoznavanje konkurentskih destinacija i njihovih iskustava, sudjelovanje u radu znanstveno- stručnih skupova ili neki drugi oblik stručnog usavršavanja.

Također ćemo putem javnog poziva za potpore TNP nastojati educirati određeni broj turističkih vodiča za BPŽ. Potreba je evidentna jer nam sve više dolazi zahtijeva od posjetitelja za uslugom vođenja po turističkim odredištima.

Nositelj: TZ u suradnji sa TZ iz sustava, Nadležni UO u županiji
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 10.000,00 kn

5.2. Koordinacija i nadzor sustava TZ na području BPŽ

Planiramo biti domaćin jednoj od sjednica UHPE ali i koordinacija direktora turističkih zajednica županija. Do sada smo u sklopu klastera Slavonija imali ulogu domaćina uvažavajući praksu da je uvijek druga TZŽ domaćin sjednice koordinacije. Također ćemo najmanje dva puta godišnje, a po potrebi i više održavati koordinaciju sa svim TZ u sustavu na području Brodsko– posavske županije.
Sve sjednice i koordinacije dionika koji su uključeni u turistički promet održavat će se po potrebi i u dogovoru s gradskim i općinskim turističkim zajednicama.

Nositelj: HTZ Glavni ured i TZ BP županije, TZ u sustavu
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 10.000,00 kn

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Marketinškom infrastrukturom bit će obuhvaćeni projekti na proizvodnji multimedijalnih materijala, istraživanju tržišta, formiranju baze podataka, suradnji s međunarodnim institucijama, stvaranju banke fotografija i priprema u izdavaštvu.

6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

I u narednoj godini kao i do sada ova aktivnost odnosit će se na proizvodnju kraćih filmova, videa, spotova i dr. uključujući i vršenje pripreme za nove elektroničke brošure, letke, postere i sl. Kreirat ćemo i kratke video spotove ili filmove pogodne za korištenje na društvenim mrežama i online kanalima promocije.

Na taj način ćemo nastaviti ranije projekte pod nazivom Formiranje baze podataka i banke fotografija i grafičkih priprema.

Nositelja: TZ BP Županije
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 5.000,00 kn

6.2. Formiranje baze podataka i jedinstveni turistički informacijski sustav

Sustav eVisitor širi mogućnosti te je ključan alat ne samo prijave i odjave gostiju nego općenitog praćenja turističkog kretanja te daljnjeg planiranja. Također će od 2020.g.prema informacijama Ministarstva turizma biti vidljiv sustav obveznika turističke članarine. Ovu smo informaciju dobili od predstavnika Ministarstva turizma na edukaciji u listopadu 2019.g.

Nositelj: TZ BP županije
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 5.000,00 kn

6.3. Banka fotografija/filmskih snimaka i priprema u izdavaštvu

Veliki dio vlastitih fotografija i video materijala smo pripremili u 2018. I 2019. godini, međutim imajući u vidu kontinuirani rast broja događanja i novih turističkih sadržaja, isto planiramo obogatiti i nastaviti u 2020. godini.

Radi sve većeg broja oglasa, različitih novinskih objava, a posebno radi tiskanja vlastitih promotivnih materijala, potrebne su nam dodatne fotografije s autorskim pravima za objavu u promotivnim materijalima.

Snimanje, odnosno stalna nadgradnja i nadopunjavanje banke kvalitetnih fotografskih i filmskih snimaka, koji su preduvjet za oblikovanje tiskanih i multimedijalnih promotivnih sadržaja je naša promotivna zadaća.

Nositelj: TZ BP županije
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 5.000,00 kn

VII. POSEBNI PROGRAMI

7.1. Brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih turističkih doživljaja te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena

Brendiranje Brodsko-posavske županije kao aktivne destinacije kontinentalnog turizma

AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNOSTI	CIJENA
Obilazak destinacije	Detaljan obilazak destinacije s timom stručnjaka, pregled terena, analiza resursne ponude, odabir dominantnih elemenata i onih manje poznatih ali važnih elemenata identiteta, odabir najboljih lokacija za vizualno brendiranje, analiza potencijalnih atrakcija...	
Detaljna SWOT analiza i prijedlog pozicioniranja	Analiza tržišta i izrada SWOT analize za cilj ima isticanje konkurentske prednosti i pozicioniranje na tržištu.	
Kreativno rješenje vizualnog identiteta	Ključna aktivnost u izradi dokumenata u digitalnom obliku koja uključuje vizualno brendiranje - logo i knjiga standarda, kreativne slogane, prijedlog promotivnih materijala, prijedlog implementacije i oživljavanja brenda, prijedlog promotivnih aktivnosti...	
Prezentacija rezultata	Voditelj projekta s timom stručnjaka predstavlja nacrt izrade brendiranja.	
Izrada dokumenta	Stručni tim u zadanom roku izrađuje dokument komunikacijske strategije u powerpoint formatu te će sadržavati sve potrebne detalje projekta.	
Prezentacija konačnog rješenja	Voditelj projekta s timom stručnjaka predstavlja konačno rješenje i prijedlog komunikacije strategije.	

U cilju poboljšanja i proširivanja ukupne ponude destinacije sukladno odrednicama definiranim ovim Programom rada, poticat ćemo i pomagati projekte i programe za razvoj i unapređenje turističke infrastrukture, projekte i programe za razvoj novih turističkih proizvoda i unapređenje turističke ponude destinacije, novih manifestacija i događanja te provođenje edukacije na područjima koja nisu turistički razvijena.

Kako dio općina u Brodsko – posavskoj županiji nema lokalnu turističku zajednicu, TZ BPŽ nastojati će, u okvirima svojih objektivnih mogućnosti, poduprijeti turističke sadržaje i programe koji će se održavati na područjima na kojima nisu osnovane turističke zajednice, a koja svojom ponudom obogaćuju i doprinose atraktivnosti cijelog područja.

Nositelj: TZ i Brodsko– posavska županija
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 75.000,00 kn

VIII. OSTALO

8.1. Ostalo

TZ BPŽ će po potrebi sudjelovati u izradi razvojnih planova za turizam ili onih razvojnih planova koji sadržavaju djelatnost turizma, prvenstveno s Ministarstvom turizma, Glavnim uredom HTZ-a, Upravnim odjelom za gospodarstvo Brodsko- posavske županije.

Nastavlja se konzultacija sa Svjetskom bankom o mogućnostima i ograničenjima za turističku industriju u Slavoniji, Baranji i Srijemu.
Naime, radni sastanci na razini cijele Slavonije započeti su još u proljeće 2019.g. te se kontinuirano radi na razvoju turističkih proizvoda sa dionicima iz cijele Slavonije. Očekujemo nastavak i operativno provođenje planova i u 2020.g.

Također smo krajem 2020.g. sa Brodsko – posavskom županijom, tvrtkom IRTA D.O.O. i udrugom LIMA partner u projekt Bike & Bad . Ovaj projekt ima cilj pružiti specifične usluge koje ciljana skupina turista traži u cikloturizmu. (staze, biciklistički vodiči, najma servisa i prijevoza bicikla, informacije o manifestacijama i sl.). Također će se objekti koji zadovolje ove standarde redovito promovirati putem različitih promotivnih kanala, službene web stranice, promotivni tiskani materijali, karte i sl.
U kontekstu intenzivnih kontakata u okruženju djelovanja pojavit će se izazov ili nužnost uključenja u projekte koji ovim Programom rada nismo mogli planirati, a koje zbog njihove važnosti nećemo moći propustiti. TZ BPŽ ima u vidu i ulogu partnera u kandidaturama prema ostalim izvorima sredstava koje do sada nije prakticirala.

Nositelj: TZ BPŽ
Rok izvršenja: tijekom 2020. godine
Planirano: 10.511,22 kn

FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE BPŽ ZA 2020. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN ZA 2018.	PLAN ZA 2019.	PLAN ZA 2020.	Indeks 19./20. %	Struktura 19./20. u %
1.	Prihod od boravišne pristojbe	55.000,00	67.000,00	80.000,00	119,40	5,13
2.	Prihodi od turističke članarine	160.000,00	150.000,00	157.500,00	105,00	10,11
3.	Prihodi iz proračuna BPŽ	520.000,00	650.000,00	690.000,00	106,15	44,27
3.1.	Za programske aktivnosti: -Potpora manifestacijama i događanjima u Brodsko-posavskoj županiji -Turistička promocija u inozemstvu - sajmovi i posebne prezentacije – klaster „Slavonija“ - Suradnja sa značajnim turističkim agencijama - Nastupi i sudjelovanje na sajmovima u Republici Hrvatskoj - Smeđa turistička signalizacija - Potpore projektima TOPG i drugim nositeljima turističkih sadržaja i događanja u BPŽ - Udruženo oglašavanje - Okusi Graničarskog posavlja III. dio - Potpore raznim kandidaturama turističkih inicijativa i projekata WTTC - Tematska brošura BPŽ (i/ili zajednička klastera „Slavonija“) - Promo video film BPŽ - Potpore projektima izgradnje turističke infrastrukture	250.000,00	350.000,00	380.000,00	108,57	24,38
3.2.	Za funkcioniranje turističkog ureda	270.000,00	300.000,00	310.000,00	103,33	19,90
4.	Prihodi od drugih aktivnosti **(HTZ – potpore Javni poziv , UO – 2019.)**	115.925,00	500.000,00	500.000,00	100,00	32,08
5.	Prijenos prihoda iz prethodne godine	34.075,00	60.000,00	81.011,22	135,01	5,20
6.	Ostali nespomenuti prihodi	10.000,00	10.000,00	50.000,00	500,00	3,21
UKUPNO PRIHODI		**895.000,00**	**1.437.000,00**	**1.558.511,22**	**108,45**	**100,00**

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN ZA 2018.	PLAN ZA 2019.	PLAN ZA 2020.	Indeks 19./20. %	Struktura 19./20. u %
I.	**ADMINISTRATIVNI RASHODI**	**427.000,00**	**467.000,00**	**523.000,00**	**111,99**	**33,56**
1.	Materijalni rashodi	15.000,00	18.000,00	18.000,00	100,00	1,15
2.	Rashodi ureda	38.000,00	40.000,00	40.000,00	100,00	2,56
3.	Rashodi za zaposlene	354.000,00	384.000,00	430.000,00	111,98	27,59
4.	Rashodi za rad sjednica	5.000,00	5.000,00	10.000,00	200,00	0,64
5.	Nematerijalni rashodi	10.000,00	15.000,00	20.000,00	133,33	1,28
6.	Ostali izdaci	5.000,00	5.000,00	5.000,00	100,00	0,32
II.	**DIZAJN VRIJEDNOSTI**	**193.000,00**	**215.000,00**	**225.000,00**	**104,65**	**14,44**
2.1.	Potpora događanjima i manifestacijama	60.000,00	100.000,00	100.000,00	100,00	6,42
2.2.	Potpora razvoju DMO I DMC	6.000,00	10.000,00	20.000,00	200,00	1,28
2.2.	Potpora razvoju DMC	7.000,00	10.000,00	-	-	-
2.3.	Projekti i programi za nerazvijene; održivost i razvoj postojećih i novih turističkih proizvoda /studija održivog razvoja riječni kruzing od 2020.)	25.000,00	35.000,00	50.000,00	142,86	3,21
	Turistička signalizacija (potpora od HTZ-a)	35.000,00	-	-	-	-
2.4.	Turistička tradicija	15.000,00	25.000,00	25.000,00	100,00	1,60
2.5.	Autohtoni proizvodi, gastronomija	40.000,00	25.000,00	25.000,00	100,00	1,60
2.6.	Tranzitni turizam	5.000,00	10.000,00	5.000,00	50,00	0,32
III.	**KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI**	**114.000,00**	**518.000,00**	**610.000,00**	**117,76**	**39,14**
A	**ONLINE KOMUNIKACIJE**	**17.000,00**	**25.000,00**	**20.000,00**	**80,00**	**1,28**
	Internet oglašavanje	7.000,00	-	-	-	-
3.1.	Održavanje i ažuriranje web stranice i digitalni marketing	10.000,00	25.000,00	20.000,00	80,00	1,28
B	**OFFLINE KOMUNIKACIJE**	**97.000,00**	**493.000,00**	**590.000,00**	**119,67**	**37,87**
3.2.	Oglašavanje u tisku i medijima	20.000,00	25.000,00	30.000,00	120,00	1,92

3.3.	Udruženo oglašavanje	40.000,00	368.000,00	500.000,00	135,87	32,08
3.4.	Studijska putovanja – suradnja sa studentima i učenicima srednjih škola	6.000,00	10.000,00	10.000,00	100,00	0,64
3.5.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	6.000,00	10.000,00	10.000,00	100,00	0,64
3.6.	Brošure, tiskani materijali	8.000,00	45.000,00	20.000,00	44,44	1,28
3.7.	Dorada i dopuna turističkog filma	7.000,00	20.000,00	10.000,00	50,00	0,64
3.8.	Info table i dopuna smeđe signalizacije	10.000,00	15.000,00	10.000,00	66,67	0,64
IV.	**DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOST**	**65.000,00**	**80.000,00**	**80.000,00**	**100,00**	**5,13**
4.1.	Sajmovi i posebne prezentacije u inozemstvu	35.000,00	40.000,00	40.000,00	100,00	2,56
4.2.	Sajmovi i posebne prezentacije u Hrvatskoj	30.000,00	40.000,00	40.000,00	100,00	2,56
V.	**INTERNI MARKENTING**	**14.000,00**	**20.000,00**	**20.000,00**	**100,00**	**1,28**
5.1.	Edukacija	7.000,00	10.000,00	10.000,00	100,00	0,64
5.2.	Koordinacija sa TZ iz sustava BPŽ	7.000,00	10.000,00	10.000,00	100,00	0,64
VI.	**MARKENTIŠKA INFRASTRUKTURA**	**12.000,00**	**19.000,00**	**15.000,00**	**78,95**	**0,96**
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	5.000,00	6.000,00	5.000,00	83,33	0,32
6.2.	Formiranje baze podataka	2.000,00	5.000,00	5.000,00	100,00	0,32
6.3.	Banka fotografija i grafičkih priprema	5.000,00	8.000,00	5.000,00	62,50	0,32
VII.	**POSEBNI PROGRAMI**	**70.000,00**	**90.000,00**	**75.000,00**	**83,33**	**4,81**
7.1.	Poticanje i pomaganje turizma u manje razvijenim područjima županije (izrada vizualnog identiteta i logo od 2020)	70.000,00	90.000,00	75.000,00	83,33	4,81
VIII.	**OSTALO**	**-**	**28.000,00**	**10.511,22**	**37,54**	**0,68**
8.1.	Ostalo	-	28.000,00	15.511,22	55,40	0,99
UKUPNO RASHODI		**895.000,00**	**1.437.000,00**	**1.558.511,22**	**108,45**	**100,00**

PRIJEDLOG PRORAČUNSKOG SUDJELOVANJA PRORAČUNA BPŽ
U PRORAČUNU TURISTIČKE ZAJEDNICE BPŽ

R.BR.	POZICIJA	2017.plan	2018.plan	2019.plan	2020.plan	2021.plan	2022. plan
1.	TROŠAK UREDA	248.400,00	270.000,00	300.000,00	310.000,00	310.000,00	330.000,00
2.	TROŠAK PROJEKTA	250.000,00	250.000,00	350.000,00	380.000,00	380.000,00	400.000,00
UKUPNO		**498.400,00**	**520.000,00**	**650.000,00**	**690.000,00**	**690.000,00**	**730.000,00**

PRORAČUNSKO SUDJELOVANJE BPŽ ZA 2020. U PROGRAMIMA TZ BPŽ ZA 2020. GODINU

PLAN ZA 2019. GODINU PROGRAMSKA SREDSTVA		PLAN ZA 2020 GODINU PROGRAMSKA SREDSTVA	PLANIRANA SREDSTVA ZA 2020. GODINU
Potpora manifestacijama i događanjima u Brodsko-posavskoj županiji	70.000,00	Potpora manifestacijama u BPŽ – Interni poziv	70.000,00
Turistička promocija i sajmovi i posebne prezentacije – klaster „Slavonija“	35.000,00	Posebne prezentacije i sajmovi klastera Slavonija – pet slavonskih županija	40.000,00
Suradnja sa tur. Agencijama	20.000,00		-
Nastupi i sudjelovanje na sajmovima u Republici Hrvatskoj	35.000,00	Samostalni nastupi na sajmovima i posebne prezentacije TZ Brodsko – posavske županije	40.000,00
Smeđa turistička signalizacija	15.000,00		-
Potpore projektima TOPG i dionicima turističkih sadržaja i događanja u BPŽ	35.000,00		
Udruženo oglašavanje	30.000,00	UO – 2020 , nositelj je TZ BPŽ	130.000,00
Okusi Graničarskog posavlja III. dio	25.000,00		-
Potpore raznim kandidaturama , projekata WTTC	10.000,00		-
Tematska brošura BPŽ	35.000,00		-
Promo video film BPŽ	20.000,00		-
Potpore projektima izgradnje turističke infrastrukture	20.000,00		-
Brendiranje –koncept brenda Slavonije	-	Brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih turističkih doživljaja	100.000,00
UKUPNO ZA PROGRAME	**350.000,00**		**380.000,00**
PLAN ZA SREDSTVA ZA RAD UREDA	**300.000,00**		**310.000,00**
UKUPNO:	***650.000,00***		***690.000,00***

ZAKLJUČAK

U smislu obogaćivanja turističke ponude novim sadržajima i afirmiranja pojedinih turističkih područja županije, temeljni zadaci Turističke zajednice Brodsko- posavske županije u 2020. godini će biti:

1. 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
2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou u cilju stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
3. 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.

Budući je Institut za turizam priveo finalizaciji Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019 – 2015.g. , županijske turističke zajednice, koje čine turistički klaster Slavonija će u razdoblju od 2019. do 2025. godine provoditi zajedničke aktivnosti promocije turističkog branda „Slavonija“ .

Radi postizanja sinergijskih učinaka promocije i jačanja navedenog branda i povećanja prepoznatljivosti Slavonije kao cjelogodišnje turističke destinacije na domaćem i inozemnom tržištu, usklađivati pojedinačne aktivnosti sa zajedničkim strateškim marketinškim dokumentima koji će se izraditi u sklopu ovog Projekta.

Svaka županijska turistička zajednica koja djeluje u sklopu turističkog klastera Slavonija obvezuje se:
• osigurati implementaciju i provedbu smjernica strateških marketinških dokumenata i zajedničkog turističkog branda Slavonija kroz zajedničke aktivnosti na razini turističkog klastera te na nacionalnoj razini u suradnji sa HTZ-om;
• osigurati sve potrebne informacije i sadržaj za izradu strateških marketinških dokumenata u sklopu ovog Projekta;
• osigurati implementaciju i provedbu smjernica strateških marketinških dokumenata i zajedničkog turističkog branda Slavonija kroz samostalne aktivnosti planirane godišnjim programom rada i financijskim planom;
• omogućiti korištenje, implementaciju i provedbu smjernica strateških marketinških dokumenata i zajedničkog turističkog branda Slavonija od strane lokalnih turističkih zajednica na području županije na kojem djeluje;
• surađivati s drugim članovima turističkog klastera, HTZ-om i Ministarstvom u vezi provedbe Projekta, kao i ostalim turističkim dionicima na području turističkog klastera osigurati sve

potrebne informacije te marketinški i srodni sadržaj potreban za zajedničku promociju branda Slavonija;
• predlagati provođenje zajedničkih aktivnosti u sklopu Projekta.

Brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih turističkih doživljaj će biti primarni zadatak u 2020. Godini. Poseban naglasak će se dati i na edukaciju kadrova (turističkih vodiča) ali i poduzetnika u području seoskog turizma i obiteljskih gospodarstava, što su uglavnom i smjernice Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma te poticanje razvoja svih oblika selektivnog turizma.

• destinacijski marketing i koordinacija u sustavu TZ na području Brodsko – posavske županije
Obnova, zaštita i vrednovanje turističkih potencijala;
• Podizanje kvalitete postojećih i aktiviranje novih smještajnih kapaciteta;
• Utvrđivanje novog identiteta, brendiranje ponude Brodsko- posavske županije i pozicioniranje županije unutar regije Slavonije i Hrvatske;
• Unapređenje turističkog prometa podizanjem kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okruženja i osiguranjem turističkog gostoprimstva u turističkim mjestima, gradovima, općinama i županiji,
• Stvaranje učinkovitog sustava informiranja turista i kvalitetnog Servisa dobrodošlice;
• Promicanje novih turističkih proizvoda.

Imajući u vidu da od 1. 1. 2020. godine stupa na snagu novi Zakon o turističkim zajednicama kao i primjena novih Pravilnika o turističkoj pristojbi i Pravilniak o turističkoj članarini za očekivati je da će tijekom cijeel 2020. godine sustav imati zadaću implementirati novine u praksi te također intenzivno koordinirati primjenu sa nadležnim Ministarstvom ali i sa turističkim zajednicama nižih razina na području Brodsko – posavske županije. Kako su neke odredbe do sada još uvijek u fazi evaulacije za očekivati je tijekom godine manja odstupanja u provedbi i realizaciji .

Direktorica Turističkog ureda

Ružica Vidaković, univ. spec. oec.
v.r.