



Turistička zajednica
BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE
Trg Pobjede 26a

IZVJEŠTAJ O IZVREŠENJU PROGRAMA RADA

TURISTIČKE ZAJEDNICE BRODSKO – POSAVSKE ŽUPANIJE ZA 2021. GODINU

Slavonski Brod, veljača 2022. godine

SADRŽAJ

UVOD	3
OSTVARENI PRIHODI.....	7
POSLOVNI RASHODI.....	8
RASHODI - Istraživanje i strateško planiranje.....	10
RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	Error! Bookmark not defined.1
KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE.....	16
DESTINACIJSKI MENADŽMENT	27
ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	31
REALIZACIJA SREDSTAVA - tablični prikaz	32
PODATCI O DOLASCIMA, POPUNJENOSTI I NOĆENJU - tablični prikaz	35

UVOD

U skladu sa odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN52/19 i 42/20), turistička zajednica izrađuje i donosi Izvješće o izvršenju programa rada .

Izvješće o izvršenju Programa rada s financijskim izvješćem i izvješće o radu direktorice Turističke zajednice Brodsko-posavske županije za razdoblje od 01. siječnja do 31. prosinca 2021.g. daje prikaz ostvarenih aktivnosti proizašlih iz usvojenog Programa rada za 2021.g. kao i Odluku Skupštine i Turističkog vijeća.

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije u 2021. godini realizirala je osnovne programske zadatke te je nadležnim tijelima podnijela izvješća o;

- izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdacima izvršenja programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdacima za poslovanju stručne službe/ turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice
- ostvarenju prihoda po izvorima
- financijskom rezultatu poslovanja
- usporedbi financijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja
- analizi i ocjeni izvršenja programa te procjeni učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma

Tijekom 2021. godine TZ BPŽ je realizirala niz tekućih aktivnosti u sustavu turističkih zajednica;

- suradnja sa lokalnim TZ na području Brodsko – posavske županije
- aktivnosti i programi na razini klastera Slavonija u dogovoru sa ostale četiri slavonske županijske turističke zajednice
- aktivnosti i poslovi prema nalogu Hrvatske turističke zajednice
- aktivnosti i zadaci prema nalogu Ministarstva turizma i sporta
- aktivnosti i zadaci prema nositeljima projekata gdje je TZ BPŽ partner
- suradnja i priprema materijala u suradnji sa nadležnim Upravnim odijelom Brodsko – posavske županije
- suradnja sa Poreznom upravom ispostavom u Sl. Brodu i suradnja sa Državnim inspektoratom za nadzor nad obračunom, naplatom i uplatom turističke pristojbe te prijavom i odjavom boravka turista kao i naplatom turističke članarine od strane nadležne PU Sl. Brod
- obrada podataka i izvješćivanje o ostvarenom turističkom prometu na području Brodsko – posavske županije

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije surađuje sa lokalnim turističkim zajednicama , Hrvatskom turističkom zajednicom, koordinacijom županijskih turističkih zajednica klastera Slavonija, Ministarstvom turizma i sporta, Brodsko – posavskom županijom i HGK Brodsko – posavske županije, Obrtničkom komorom Brodsko – posavske županije, turističkim agencijama kao i sa Hrvatskom udrugom putničkih agencija čiji je pridruženi član, jedinicama lokalne samouprave, medijima , Ustanovom za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Brodsko – posavske županije, Centrom za razvoj Brodsko – posavske županije, Lučkom upravom u Sl. Brodu, Institutom za povijest Slavonije, Baranje i Srijema, Muzejom Brodskog – posavlja, dionicima koji se bave turizmom, ugostiteljstvom,

ili djelatnostima povezane sa turizmom i ugostiteljstvom na području Brodsko – posavske županije.

Članice Turističke zajednice Brodsko-posavske županije su turističke zajednice u gradovima Slavonski Brod i Nova Gradiška, te općinama: Oriovac, Brodski Stupnici Nova Kapela te Garčin i Cernik. Turistički uredi/stručne službe ustrojani su u Slavonskom Brodu, Novoj Gradiški i Oriovcu .

Turistička zajednica BPŽ ima dva zaposlena djelatnika – direktoricu i stručnog suradnika za opće i administrativne poslove.

Vođenje knjigovodstva Turističke zajednice Brodsko-posavske županije tijekom 2021. godine ugovorom je povjereno tvrtki „M- Biro“ iz Slavenskog Broda.

Zadaci regionalne turističke zajednice su;

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 koje je definirala Hrvatska turistička zajednica

1.4. sudjelovanje u procesima zakonodavstva, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja na razini županije/regije radi 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 radi razvoja ponude ključnih regionalnih i međuregionalnih 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 redovito 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 (branding regije, online i offline aktivnosti, mrežne 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 Zakonom ili drugim propisom.

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

(3) Turistička zajednica surađuje s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i može biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Tijela turističke zajednice su:

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

Statutom turističke zajednice može se predvidjeti osnivanje radnih tijela.

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

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

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.

Suočavanje s globalnom zdravstvenom ugrozom izazvanom pandemijom koronavirusa Covid 19 koji je posljedicu imao znakovite negativne učinke u 2020. ali i 2021. godini na zdravlje, sigurnost ljudi a posljedično tome i na putovanja i turizam koji su najviše pogođeni ovom krizom.

Funkcioniranje sustava turističkih zajednica direktno ovisi o turističkom prometu , odnosno, priljeva sredstava od turističke pristojbe, članarine. Posljedično na ove okolnosti nastale dolaskom i pojavom pandemije pred nama je nastupilo razdoblje racionalnog usklađenja svih aktivnosti, djelovanja i postupanja na svim razinama.

Uz ove okolnosti TZ Brodsko – posavske županije je uz naputke Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma i sporta od samih početaka pandemije, maksimalno uvažavala sugestije i mjera s ciljem opstojnosti turističkog sustava.

Uvažavajući svu ozbiljnost situacije neke od dosadašnjih aktivnosti i izvora financiranja , bilo, od Hrvatske turističke zajednice ili Ministarstva turizma , preusmjerene su kako bi se pružila pomoć održivosti sustava i taj se trenda na žalost ponovio u 2021. kao i u prethodnoj 2020. godini.

Kako bi se osigurala opstojnost i likvidnost sustava turističkih zajednica u predstojećem razdoblju, Ministarstvo turizma omogućilo je i podizanje praga zaduživanja sustava TZ . Pojavom pandemije još u travnju 2020. godine smo od Ministarstva turizma dobili poziv na usklađenje svih aktivnosti, djelovanja i postupanja sustava u okolnostima izazvanim pandemijom. Sugerirano je održavanje hladnog pogona te racionalizaciji a sve s krajnjim ciljem očuvanja održivosti hrvatskog turističkog proizvoda, turističkih kapaciteta i turističke ponude RH kao i opće održivosti sustava turističkih zajednica i njezinih članova.

- Iako je prihod od članarine i boravišne pristojbe primarno prihod koji se ulaže u turističku infrastrukturu (a ne parafiskalni namet) činjenica je da obveznici sa područja odnosno općine koje nemaju osnovanu lokalnu TZ nisu u obvezi plaćanja članarine, sustav TZ može računati na prihode od obveznika koji se nalaze na području gdje su turističke zajednice osnovane. 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 je velik problem predstavljaju znatna dugovanja koja će uopće biti teško naplativa radi stanja pravnih i fizičkih osoba na koje se odnose. Naplata boravišne pristojbe prati se svakodnevno putem sustava eVisitor u koji uvid ima i Carinska uprava zadužena za nadzor i praćenje naplate boravišne pristojbe.

OSTVARENI PRIHODI

	PRIHODI	Plan 2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.	Indeks Rea./Reb.	Struktura Realizacije 2021.
1.	Izvorni prihodi	210.000,00	370.000,00	386.345,96	104,41	17,81
1.1.	Turistička pristojba	60.000,00	100.000,00	105.453,79	105,45	4,86
1.2.	Članarina	150.000,00	270.000,00	280.892,17	104,03	12,95
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna Prihodi od donacija iz proračuna Brodsko posavska županija 680.000,00 Prihodi od donacija iz drž. proračuna Fond za NR 590.944,07	680.000,00	1.270.944,07	1.270.944,07	100,00	58,59
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	300.000,00	233.266,80	233.266,80	100,00	10,76
4.	Prihodi iz EU fondova	10.000,00	18.000,00	18.503,00	102,79	0,85
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti					
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	180.000,00	259.979,75	259.979,75	100,00	11,99
7.	Ostali prihodi	20.000,00	100,00	7,69	7,69	0,0003
8.	SVEUKUPNO PRIHODI	1.400.000,00	2.152.290,62	2.169.047,27	100,78	100,00

1. Izvorni prihodi

Prihodi od **članarina i turističke pristojbe** smo bazirali na postotku ostvarenja u 2020.g.

Realizacija izvornih prihoda;

Turistička pristojba – 105.453,79

Članarina – 280.892,17

2. Prihodi od proračuna županije i državnog proračuna

Što se tiče prihoda iz proračuna (od županije BP) odnose se na namjenske prihode za ciljane projekte ali i za rad stručne službe TZ BPŽ .

Realizacija prihoda za programe je iznosila –370.000,00

Realizacija prihoda za rad stručne službe TZ BPŽ -310.000,00

3. Prihodi os sustava turističkih zajednica – 233.266,80

4. Prihodi od EU fondova – 18.503,00

Prihodi tijekom 2021 od refundacije sredstava od projekta u kojem smo partner zajedno sa općinom Vrpolje ,refundacija dijela za bruto plaću direktorice koja je bila dionik u ime TZ BPŽ kod kandidature i realizacije ovoga projekta.

5. Prihodi od proračuna (fond za NRTP) – 590.944,07

Što se tiče prihoda od gospodarske djelatnosti, TZ BPŽ kao neprofitna organizacija ne obavlja gospodarsku djelatnost.

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine – 259.979,75

Ukoliko se tijekom 2021. godine ostvari višak prihoda bit će angažiran za realizaciju planiranih projekata u narednim razdobljima.

7. Ostali prihodi - 7,69

POSLOVNI RASHODI – TABLICA

	RASHODI	Plan 2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.	Indeks Rea./Reb.	Struktura Realizacije 2021.
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	465.000,00	450.000,00	442.412,68	98,31	27,13
6.1.	Plaće	365.000,00	320.000,00	319.055,27	99,70	19,56
6.2.	Materijalni troškovi	70.000,00	115.000,00	108.468,41	94,32	6,65
6.3.	Tijela turističke zajednice	10.000,00	15.000,00	14.889,00	99,26	0,92
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	-	-	-	-	-

Administrativni rashodi:

Osim troškova za bruto plaće i materijalnih troškova nastali su i troškovi koji proizlaze iz redovnog djelovanja TZ i provođenja svih planiranih aktivnosti, obavljanje stručnih i administrativnih poslova turističke zajednice

Na radne odnose zaposlenih u turističkoj zajednici primjenjuju se opći propisi o radu a koji imaju uporište u ZOR-u. Ministrica Pravilnikom propisuje posebne uvjete glede stručne spreme, radnog iskustva, znanja jezika i drugih posebnih znanja i sposobnosti, koje moraju ispunjavati zaposleni u turističkoj zajednici.

TZ BPŽ u sklopu stručne službe ima dva zaposlena djelatnika, direktoricu i stručnog suradnika za opće i administrativne poslove. Sredstva za plaće djelatnika i administrativne troškove financiraju se dijelom iz proračuna Brodsko-posavske županije. U skladu sa Pravilnikom o plaćama, ustroju, naknadama plaća i drugim materijalnim pravima zaposlenika TZ BPŽ regulirana su i prava zaposlenika Turističke zajednice Brodsko – posavske županije Stavka rashoda za zaposlene sadrži bruto plaće zaposlenih, ostale naknade zaposlenima (prijevoz, neoporezive naknade tijekom godine).

Djelatnici ureda su bili na raspolaganju svim nositeljima turističkih aktivnosti s područja Brodsko-posavske županije, a sve u cilju poboljšanja turističkih sadržaja, provedbi i pojašnjenja raznih zakonskih odredbi i propisa.

Rashodi ureda, materijalni rashodi, nematerijalni rashodi i ostali izdaci kao i amortizacija, ove stavke sadrže izdatke za: uredski materijal, trošak reprezentacije, putne troškove i dnevnice, izdaci za reprezentaciju (suvenir), sitan inventar, nabavku opreme i održavanje opreme – uredski materijal i tehnička oprema, izdaci za usluge (usluge telefona, pošte i prijevoz, usluge tekućeg održavanja, usluge raznih servisa, ostale intelektualne usluge- knjigovodstvo, ugovore o djelu), nematerijalne izdatke (bankovne usluge).

Rashodi za rad tijela Turističke zajednice:

Tijela Turističke zajednice Brodsko – posavske županije su Skupština i Turističko vijeće. Na sjednicama Turističkog vijeća podnosi se izvješće o radu, planira dinamika realizacije Programa rada te prati izvršenje Financijskog plana. Skupština Turističke zajednice je održala dvije sjednice na kojima su usvojeni predloženi akti Turističkog vijeća, analizirano izvršenje Programa rada te sadržaj aktivnosti Programa rada u skladu s kretanjima u turizmu na području Županije. 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.

Ovi troškovi se odnose na troškove održavanja sjednica tijela te troškove povjerenstva koja su osnovana sukladno provođenju pojedinih aktivnosti a u kojima su sudjelovali i članovi tijela TZ BPŽ. Pod ovom stavkom nalaze se i troškovi prijevoza , putnih troškova za članove Vijeća i Skupštine , smještaja na prigodnim događanjima izvan županije gdje su bili predstavnici ispred TZ BPŽ te najam i troškovi hrane i pića (catering). Sva tijela su obavljala svoje zadaće propisane zakonom pa je tako u 2021.g. u razdoblju siječanj – prosinac održano :

- Dvije sjednice Skupštine; 17. veljače i 14. prosinca 2021.g.
- Tri sjednice Turističkog vijeća ; 26. veljače, 5. srpnja i 11. studenog 2021.g.
- Jedna sjednica članova Skupštine za nadzor rada TZ BPŽ je održana 18. Veljače 2021.g.
- Jedna sjednica Povjerenstva za upravljanje kvalitetom , održana u lipnju 2021.g.

Administrativni rashodi prvotno su planirani sa 465.000,00 kn te su nakon Izmjena i dopuna financijskog plana za 2021.g. smanjili na 460.000,00 kn i realizirani su sa 442.412,68 kn.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Realizacija u 2021. godini: 442.412,68 kn

RASHODI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

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

Tijekom godine se iskazala potreba za izradom prometnog Elaborata za postavljanje obavijesnih ploča za kulturnu znamenitost „Spomen galerija Ivana Meštrovića“. Ovaj elaborat radimo iz razloga što je Spomen galerija dobila u lipnju 2021.g. status zaštićenog kulturnog dobra . Tako je uz Zbirku Ivana Meštrovića i zgrada u kojoj je smještena postala kulturno dobro (Ministarstvo kulture RH pod brojem Z 7464). Tijekom godine smo aktivno sudjelovali u donošenju strateškog dokumenta Plan razvoja BPŽ za razdoblje 2021.-2027.godine. Imenovani su članovi partnerskog vijeća BPŽ u kojoj je i TZ BPŽ imala svoju zadaću.

Ostvareni cilj aktivnosti je donošenje dugoročnih planova i kratkoročnih akcijskih za razvoj turističkog proizvoda.

Nositelj; BPŽ, Centar za razvoj BPŽ, partner -TZ Brodsko – posavske županije
Realizacija ; 61.888,00 kn

1.2. Istraživanje i analiza tržišta:

- **Analiza interesa kruzing kompanija za pristajanjem na putničkim pristaništima na rijeci Savi:**

TZ BPŽ je i u 2021. Godini nastavila suradnju sa Lučkom upravom Slavonski Brod i tvrtkom Ancoris d.o.o. koja ima višegodišnje iskustvo na oblikovanju ponude u riječnim krstarenjima na rijeci Savi, Dravi i Dunavu. Budući je tvrtka Ancoris d.o.o. u 2020.g. izradila Studiju održivog razvoja riječnih krstarenja na području BPŽ slijedom toga je u 2021. nastavila sa aktivnostima direktnog kontakta s kruzing kompanijama kako bi se ispitaio njihov interes za korištenje rijeke Save u svojim programima riječnih krstarenja. Ovom analizom evidentan je interes za njihovim pristajanjem u budućem putničkom pristaništu u Slavonskom Brodu kao i prioritetno ulaganje za infrastrukture. Analiza je potvrdila interes kruzing kompanija za programima u destinaciji s ciljem oblikovanja itinerera.

Ostvareni cilj aktivnosti je nakon istraživanja sačiniti izvješće i analizu prikupljenih podataka s iznesenim zaključcima i prijedlozima aktivnosti s ciljem unaprjeđenja razvoja međunarodnih riječnih krstarenja na rijeci Savi.

Nositelji; TZ Brodsko - posavske županije i Ancoris d.o.o.

Realizacija ; 600,00 kn

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:

- Uspostavljanje djelotvornog mehanizma mjerenja i nadzora učinkovitosti provedenih promotivnih aktivnosti na svim razinama turističkih zajednica-*ovdje je riječ o zadaći HTZ-a u novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma tako da će HTZ pristupiti izradi i razvoju mehanizama za uspostavljanje sustava kvalitete i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.*

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji (npr. suradnja TZ-a s ugostiteljima, hotelijerima itd.)

U sklopu nacionalnog projekta „Okusi tradicije“ te njegove jasnije prepoznatljivosti kroz promociju sadržaja ali i nositelja standarda (restorani i hoteli/), nastavili smo suradnju svim objektima koji su do sada postigli oznaku standarda. Organizirali smo promotivna događanja posvećeno autohtonoj hrani, sljubljivanja jela i vina. 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.

Nastavili smo raditi na podizanju razine kvalitete usluge ali i praćenju razine kvalitete usluge u objektima nositeljima ove oznake „Okusi graničarskog posavlja“ kao i praćenjem primjene standarda te programom kontrole kvalitete putem Povjerenstva za kvalitetu i tajnog gosta. Kao i prethodnih godina nosioci standarda /restorani su sudjelovali u Manifestaciji Dani Okusa hrvatske tradicije kao i zajedničke promotivne i propagandne aktivnosti. Također smo u 2021. godini u rujnu bili domaćin sjednice Savjeta okusa tradicije koji čine predstavnici 11 županija . Ovaj nacionalni projekt je ujedno do sada najveća programska suradnja u okviru sustava turističkih zajednica.

Novi član u ovom projektu je u 2021.g. postala „Kuća piva“ iz Slavenskog Broda te je uručena standard ploča prilikom sjednice Savjeta koju smo održali na salašu Savus.

Također je u sklopu projekta izrađen i digitalni katalog sa svim restoranima i jelovnicima standarda Okusi.

TZ BPŽ je u 2021.g. nastavila suradnju Sporazum sa tvrtkom „Kreativna koka“ – obrt za promociju i marketing koja ima vlastiti gastro blog.

Ostvareni cilj aktivnosti je promocija i razvitak ponude tradicijske hrane i pića, međusobno umrežavanje dionika i proizvođača, tržišno pozicioniranje te zajedničkih aktivnosti marketinških i edukativnih . Cilja je brendiranje eno gastro ponude te BPŽ kao eno gastro destinacije koja nudi autohtono, domaće i originalno te obiluje lokalnim raznolikostima koji su jedan od motiva dolaska u destinaciju.



Novi član standarda Okusi hrvatske tradicije
Nositelji: TZ i tvrtka DMK Vall 042 d.o.o.

Realizacija : 24.446,50 kn

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:

Provođenje javnih poziva za dodjelu potpora lokalnim turističkim zajednicama i turističkim subjektima za manifestacije

Turističko vijeće je početkom srpnja donijelo Odluku temeljem internog poziva za kandidature manifestacija i događanja u 2021. godini .

Potpore su isplaćene sukladno i Ugovorima sa korisnicima sredstava. Sredstva su povećana tijekom rebalansa i za to dobila suglasnost članova Vijeća budući je u 2021.g. organizacija manifestacija i događanja u našoj županiji ipak tijekom ljetnih i jesenskih mjeseci organizirana u većem obimu unatoč okolnosti posebnih mjera uzrokovano pandemijom . Svi organizatori su slijedili upute SCZ te je odaziv posjetitelja bio u okviru mjera .

TOP MANIFESTACIJE

PODNOŠITELJ ZAHTEJVA	NAZIV MANIFESTACIJE	VRSTA MANIFESTACIJE	VRJEME ODRŽAVANJA	BODOVI	IZNOS POTPORE U KN
Odbojkaški klub invalida „Marsonia“ *Sl. Brod	Međunarodni sportski susreti invalida „Bljesak – memorijal Ante Čavar“	sportska	3.-5.9.21.	65	5.000,00
Oldtajmerski klub Brod na Savi *Sl.Brod	5. Međunarodni oldajmer susret u Sl. Brodu	Kulturna, zabavna	18.-20.6.21.	60	3.000,00
Udruga Slavonsko Brodski Biciklist *Vukovar-Sl.Brod- Dubrovnik	12. Memorijalni biciklistički ultramaraton Vukovar - Dubrovnik	Kulturna, zabavna, sportska	31.7.-6.8.21.	65	5.000,00
KKK Marsonia *Sl.Brod	Međunarodna kajak kanu Regata 2021	sportska	9.5.21.	65	8.000,00
TZ grada Slavenskog Broda *Sl. Brod	Slavonija fest CMC 200 festival	zabavna	26.-28.8.21.	70	15.000,00
Ultramaraton klub Mazator *Sl.Brod	Slavonska trka	sportska	21.8.21.	50	3.000,00
Moto klub Brod *Poloj, Sl. Brod	Pečenkijsada 13	Zabavna, eno gastro	9.10.21.	65	10.000,00
Biciklistički klub Festung *Jezero Petnja, Općina Sibirj	XCM Petnja 2021.	sportska	5.9.21.	60	3.000,00
KUD „Tomislav“ *Općina Donji Andrijevci	23. Državna smotra svirača na tamburi „Oj samice drvo javorovo, ko te sviro nikad ne bolovo“	Tradicijska/etno	5.9.21.	65	3.000,00
MPS „Starotopoljani“ *Staro Topolje- Općina Donji Andrijevci	Smotra pjevačkih skupina – Topolje 2021.	Kulturna, tradicijaska/etno	9.10.21.	60	5.000,00

TZ Općine Garčin *Općina Garčin	Biciklijada u Garčinu	sportska	Tokom 21.	60	3.000,00
UKUD „Biđani“ *Bicko Selo, Općina Garčin	„Oj jeseni, al ideš polako“	Kulturna, tradicijska/etno	4.9.21.	60	5.000,00
KK Ramarin *Općina Garčin	Državno prvenstvo u daljinskom jahanju 3. Kolo Croatia cup-a	sportska	19.6.21.	70	4.000,00
TZ Nova Gradiška *Nova Gradiška	NG Ljeto	Kulturna, zabavna, eno gastro, tradicijska	12.-15.8.21.	75	15.000,00
KUD „Ravnica“ *Stari Perkovci, Općina Vrpolje	Na salašu kod Betlema	Kulturna, zabavna, tradicijska etno	27.12.21.	65	5.000,00
Kutljanska udruga mladih *Stupnički kuti, Općina Bebrina	7. dani prvog hrvatskog piva	Kulturna, zabavna, eno gastro, tradicijska	30.-31.7.21.	60	3.000,00
KUD Matija Antun Relković *Općina Davor	Ribarske večeri u Davoru	Eno gastro	6. i 7.8.21.	65	15.000,00

NOVE MANIFESTACIJE

PODNOŠITELJ ZAHITJEVA	NAZIV MANIFESTACIJE	VRSTA MANIFESTACIJE	VRIJEME ODRŽAVANJA	BODOVI	IZNOS POTPORE U KN
Kreativna udruga Loma *Sl. Brod	BPŽ360	Kulturna, zabavna, eno/gastro	Tijekom 21.	55	5.000,00
Triatlon klub Mazator *Sl. Brod	Prvenstvo Hrvatske u supersprint duatlonu	sportska	8.5.21	50	3.000,00
TZ Općine Cernik *Cernik	Srednjovjekovni grad Cernik	Tradicijska-etno	3.9.-5.9.21.	50	5.000,00
TZ Meridiana Slavonic *Općina Brodski Stupnik	Zalazak u vinogradu	Eno-gastro	19.6.21.	50	5.000,00

Ukupno; 128.000,00 kn

Top Manifestacije	110.000,00 kn
Nove Manifestacije	18.000,00 kn

Ostvareni ciljevi potpora su bili prvenstveno:

- unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude destinacije BP županije
- 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.

Nositelji: TZ i ostali organizatori

Realizacija: 128.000,00 kn

- 2.4. Turistička infrastruktura**
- 2.5. Podrška turističkoj industriji:**

Realizirali smo putem potpora DMK i te ostalim subjektima i dionicima u turističkoj aktivnosti u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom na razini destinacije. Suradnjom sa sustavom TZ na lokalnoj i regionalnoj razini, strukovnim udruženjima unutar turističkog sektora nastojali smo kreirati sadržaje turističke ponude destinacije. Potpore smo isplatili temeljem Internog poziva koji smo uputili svim agencijama kako na nacionalnoj tako i na regionalnoj razini. Uvjet za potporu je ostvariti turističku potrošnju na području naše županije.

Ostvareni cilj aktivnosti je podrška razvoju programa DMK. Stvoriti jedinstvene turističke pakete posebnih interesa u kontinentalnim turističkim destinacijama, suradnja sa strukovnim udruženjima. Postići visok stupanj suradnje svih dionika kako s privatnim lokalnim poslovnim subjektima, tako i sa turističkim zajednicama. Kontinuitet suradnje sa UHPA se nastavila i u ovoj godini.

Nositelj: TZ BPŽ

Realizacija; 31.706,00 kn

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture

Nastavno na suradnju tri TZŽ koje su partneri u odabiru vizualnog obilježja destinacije na međunarodnim putničkim pristaništima osnovano je povjerenstvo od predstavnika TZŽ i lučkih uprava za provedbu natječaja i odabir najboljeg rješenja za čiju se izradu apliciralo na program i potporu financiranja projekata u turizmu. Potpora je financirana od strane HTZ-a. Na unutarnjim vodnim putovima RH otvoreno je 5 putničkih pristaništa na Dunavu i Dravi, a u izgradnji su 2 pristaništa na rijeci Savi. Infrastrukturno putnička pristaništa udovoljavaju svim propisima za siguran prihvata putnika, ali su projektna rješenja bila različita što je rezultiralo vizualno neujednačenim izgledom pristaništa bez istaknutih obilježja države i mjesta pristajanja.

Ostvaren je cilj te izrađen zajedničko vizualno obilježje za sva putnička pristaništa koje će pridonijeti prepoznatljivosti destinacije od strane putnika u međunarodnim riječnim krstarenjima s jedne strane kao i vizualnom ujednačavanju izgleda samih pristaništa s druge strane

Nositelj i partneri ; TZ VSŽ; TZ OBŽ, TZ BPŽ; članovi ocjenjivačkog tima i Lučke uprave Osijek, Vukovar , Sisak I Sl. Brod i Zajednica riječnog kružinga turizma HGK Realizacija ; Cjelokupan iznos je financiran od strane HTZ.

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda:

- Izrada i provođenje Medija plana (izbor tržišta, proizvoda, definiranje kanala oglašavanja i zakup medijskog prostora, itd.)

Za potrebe snažnije prepoznatljivosti i snažnije promocije destinacije, temeljem uvida u gledanost pojedinih medija u sklopu planiranih sredstava smo početkom 2021.g. pristupiti

potpisivanju sporazuma o suradnji ; oglašavanje na lokalnim i regionalnim radio i TV postajama, predstavljanje turističkih atrakcija u regionalnom i nacionalnom tisku, turističkim katalogima, itd. Koristili smo i usluge PR agencije. Offline komunikacije odnosilo se na opće oglašavanje i suradnju s novinarima.

Provodili smo i posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje na blogu FOODGASM BY ENA sa tvrtkom koja je putem svoga bloga dodatno promovirala destinaciju i ciljne proizvode. Nastavila se kampanja uz već postojeću implementaciju mobilne aplikacije VISION ONE, SLAVONIA BIKE, SLAVONIA BIKE & BAD, OKUSI HRVATSKE TRADICIJE. Svrha ovoga projekta je objavljivati sadržaj o turističkoj ponudi i infrastrukturi, ponudi proizvoda i usluga, te oznake na turističkoj karti, kalendar događanja itd

Cilj ove marketinške aktivnosti je marketing destinacije , kontinuirana komunikacija na društvenim mrežama i ostalim kanalima komunikacije koje ujedno daju i konkretne rezultate koji se ogledaju u povećanju turističkog prometa.

Nositelj: TZ BPŽ

Rok izvršenja: tijekom 2021. g.

Realizacija: 81.531,25 kn

3.3. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR):

Studijska putovanja za predstavnike medije u suradnji sa sustavom TZ

Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima, influencerima i blogerima organizirali smo u suradnji s HTZ, klastreom Slavonija i samostalno. Budući da se na inicijativu HTZ u svibnju krenula ideja o studijskom putovanju predstavnika domaćih agencija na sjednici kordinacije klastera Slavonija smo ovaj prijedlog i prihvatili.

U cilju rasta organiziranih turističkih dolazaka u Slavoniju, jačanja lokalnog gospodarstva i osnaživanja Slavonije na turističkoj slici Hrvatske, Hrvatska turistička zajednica u suradnji s klasterom Slavonija od 25. do 28. svibnja 2021. organizira studijsko putovanje za domaće agencije koje u svojoj ponudi već nude Slavoniju, kao i za one koje ju do sada nisu imali i za koje se nadamo da će ju nakon ovog studijskog putovanja uvrstiti u svoju ponudu.

U sklopu studijskog putovanja, održana je B2B radionica kako bi agentima dodatno približili ponudu kao i prezentirali nove destinacije, projekte i turističku ponudu za boravak u prirodi, ruralnom prostoru i eno gastronomiji.

Popis Agencija;

Pro Putuj d.o.o., Tureta Travel, Plautilla d.o.o., Atlantis travel, Smart Travel d.o.o., ABC Travel, Eklata d.o.o., Boho Travel Art, Goldtours, Katarina Line, Inlandia, KA Travel, PerfectMeetings, Travel In, Silvija Turist, Lynx and Fox, Terra Balka, Via Meea Travel d.o.o., Golden Slavonija, True Colors TA, Rudi travel TA.

Prijedlog programa Studijskog putovanja turističkih agencija je organizirana pod nazivom

Slavonija: priroda, ljudi i hrana , te je u periodu od 25. – 28. Svibnja posjetila i upoznala relevantne lokalitete i atrakcije u svih pet slavonskih županija. U rujnu smo angažirali dodatno posjetu te dvodnevni obilazak dvije predstavnice Travel Advizor /specijalizirani turistički portal na četiri jezika/ te je ujedno i najjača regionalna Facebook grupa za ljubitelje putovanja , koje su na putem portala prenijela iskustva o posjeti destinaciji i ključnim atrakcijama kao i motivima dolaska u BPŽ. U isto vrijeme su nas posjetili i novinari u sklopu realizacije media plana sa marektingškom agencijom Digital S.T.A.R i portala Telegram hr. te su promotivne članke objavili putem ovoga nacionalnog portala i ujedno se osvjedočili o originalnosti i autohtonosti turističke ponude krenuvši od Cernika, Nove Gradiške, Brodskog Stupnika, , Garčina i na kraju su obišli kulturne i povijesne znamenitosti u Sl. Brodu .

Ostvareni cilj ove aktivnosti je marketing destinacije što potvrđuje uvrštavanje Slavonije i BPŽ u agencijskim paketima kao i pojačani interes i porast dolazaka turista u destinaciju.

Nositelj: HTZ-a, klaster Slavonija , TZ BP županije

Realizacija ; 20.748,55 kn

3.4. Marketinške i poslovne suradnje:

Izazovi koje je donijela pandemijska 2021. godina potaknuli su nas na dodatna promišljanja te unapređenje marketinške strategije u smjeru dodatne digitalizacije te udruživanja odnosno različitih promišljanja i promoviranja destinacije. Kako bismo izbjegli disperziju budžeta a maksimizirali doseg naših kampanja.

Budući da Javnog poziva za ovaj projekt od strane HTZ nije zbog okolnosti i mjera kao i stanja turističkog sektora izazvanih pandemijom i mjera štednje štednje TZ BPŽ nije u 2021. godini marketinške i poslovne suradnje realizirala iz fonda Udruženog oglašavanja kada su u pitanju samostalne marketinške aktivnosti . Samostalno oglašavanje smo realizirali iz sredstava koja smo dobili od Ministarstva kao potporu u svibnju a sve temeljem raspodijele za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

U sklopu klastera Slavonija smo bili dionik zajedno sa ostalim slavonskim županijama te smo sredstva aplicirali kroz model neformalno udruženih regionalnih TZ za što smo dobili suglasnost nadležnog Ministarstva te sredstva iz fonda za projektno udružene TZŽ.

Visina sredstava za provedbu udruženog oglašavanja u 2021. godini, koju bi odobrilo Turističko vijeće HTZ-a, za Brodsko-posavsku županiju u trenutku pisanja Programa nisu nam poznata.

Odabrani su partneri; A&R, S.T.A.R. Digital d.o.o., Click TAG d.o.o., Salar obrt, Real Group.d.o.o., časopis Meridijani, Oglašavanje Hrvaška (slovensko tržište), Lollipop komunikacije, HR turizam, Clarus- obrt za medije, Hanza media, Glas Slavonije, Real Grupa d.o.o. časopis Place 2 Go. Za promociju cikloturizma odabran je partner Udruga marketinških aktivnosti Lima. Bicikademija – Facebook stranica specijalizirana za aktivni odmor/biciklizam, te smo u suradnji napravili kampanju na tržištima: Njemačka, Austrija, Mađarska, Slovenija i Hrvatska. Tema promocije bio je aktivni odmor s naglaskom na mogućnosti cikloturizma u našoj Županiji.

Od ostalih medija u miksu su bili zastupljeni Nova TV prilog u In Magazin emisiji, Narodni radio, Hrvatski radio te SBTV (regionalna TV). Narodni radio smo tijekom godine koristili kako bismo najavili i oglasili „Dani okusa hrvatske tradicije“ koji je održana u studenom.

Izveštaj o izvršenoj kampanji Klastera Slavonija

Proljeće Ljeto 2021

Kampanja Klastera Slavonije Proljeće - Ljeto 2021, odvijala se od svibnja do kolovoza 2021. godine na hrvatskom tržištu s nekoliko osnovnih ciljeva kampanje:

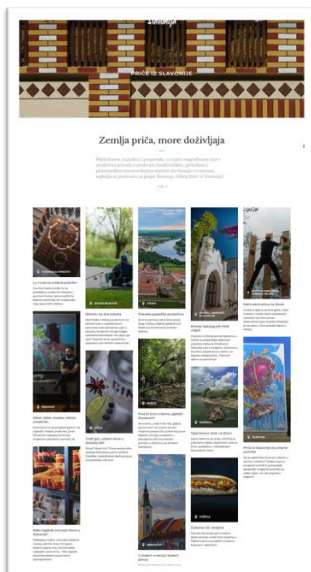
- Pozicionirati Slavoniju kao jedinstvenu turističku destinaciju
- Promovirati turističku ponudu Slavonije
- Inspirirati domaće goste na odmor u Slavoniji

Kampanja je u fokusu imala **promociju kroz sadržaj**. Odabrana su 4 relevantna medija preko kojih se plasirao sadržaj: **Večernji list, Jutarnji list, Novi list i Slobodna Dalmacija**. Sadržaj je promovirao turističku ponudu Slavonije kroz priču o aktivnom turizmu, eno – gastro ponudi, posebnim proizvodima te aktivnostima i iskustvima koje posjetitelji mogu doživjeti posjete li destinaciju. Objavljeno je 6 članaka od kojih jedan editorial i jedan long read.

Za vrijeme trajanja kampanje članci na premium portalima su pročitani ukupno **72.241 puta**.

Vrijeme koje su korisnici proveli na člancima pokazatelj je velike zainteresiranosti korisnika za ovakvim sadržajem, pa su tako **korisnici proveli ukupno 3.424 sata čitajući članke**, dok je **prosječno vrijeme čitanja bilo 2 minute i 30 sekundi**.

Storytelling metoda korištena je kao podloga za landing page kampanje. Landing je bila podstranica Slavonia.travel platforme, **Priče iz Slavonije**. Na podstranici nalaze se zanimljive, kratke i neočekivane priče iz Slavonije koje čitatelju prenose manje poznate priče lokalnih ljudi, običaja i hrane kroz koju se promovira destinacija. Na stranici **Priče iz Slavonije** zabilježeno je **14.018 posjeta**.



landing page Priče iz Slavonije

Native oglasi koji su vodili promet na web, prikazani su **1.440.494 puta**, a osigurali su **4.800 klikova**.

Kampanjom na društvenim mrežama dosegnuto je **404.462 korisnika**, te generirano **8.344 klika** prema landing pageu. Aktivni formati bili su Stories i Post. Ispod sponzoriranih postova bilo je mnogo pozitivnih reakcija na vizuale i komuniciranu poruku.

Glavna komunikacijska poruka na vizualima bila je „*Zemlja priča. More doživljaja. Slavonija*” . Odabrani vizuali su odgovarali komunikacijskoj poruci. Odabrane fotografije za vizuale prikazivale su neočekivane motive svake županije i time dodatno privlačile pažnju.



vizuali *Zemlja priča. More Doživljaja. Slavonija*

Članak na portalu **Večernjeg lista** pod nazivom *Moderno lice Slavonije kakvo još niste upoznali* pročitano je **7.245 puta** te je prosječno vrijeme čitanja advertorijala na ovom portalu bilo **1 minuta i 5 sekundi**.

Na portalu **Slobodne Dalmacije** advertorijal pod naslovom *Pet sjajnih načina kako provesti nezaboravan proljetni odmor u Slavoniji*, **pročitano je 8.931 puta** te se prosječni korisnik na članku zadržao **minutu i 29 sekundi**.

Članak pod naslovom *Pet sjajnih načina kako provesti nezaboravan ljetni odmor u Slavoniji* objavljen je na portalu **Novog lista** gdje je isti ostvario **9.576 čitanja**, a prosječni čitatelj zadržao se **3 minute i 58 sekundi**, što je pokazatelj velike zainteresiranosti čitatelja novog lista za plasirani sadržaj.

Na portalu **Jutarnjeg lista** objavljena su **3 članka**. **Promo članak** pod nazivom *Moderno lice Slavonije kakvo još niste upoznali* pročitano je **8.750 puta**. Korisnici su čitali ovaj članak u prosjeku **2 minute i 24 sekunde**.

Long read native članak objavljen je pod nazivom *Ljubitelji aktivnog odmora pozor! Pronašli smo čak 22 lokacije za najbolje kopneno ljeto prepuno adrenalina*. Ovaj članak ostvario je **23.089 čitanja** te su se čitatelji na njemu zadržavali duže od **3 minute** što govori o zainteresiranosti korisnika za ovu tematiku.

Urednički članak pod nazivom *Tražite destinaciju za godišnji? Donosimo vam čak 20 skrivenih bisera s istoka Hrvatske* ostvario je **14.650 čitanja** s prosječnim vremenom zadržavanja **3 minute i 2 sekunde**.

U printanom izdanju Novog lista koji izlazi u nakladi od 30.560 primjeraka objavljen je double page spread o Slavoniji u obliku native članka.

Izveštaj o provedenoj marketinškoj kampanji TZ Brodsko-posavske županije sa S.T.A.r Digital d.o.o.

Kampanja Jesen 2021 provedena je tijekom rujna i listopada na domaćem tržištu na tri premium nacionalna medija – IN Magazin Nove TV, Pun Kufer i Telegram.hr. Kampanja je imala sljedeće ciljeve:

1. pozicionirati i promovirati TZ Brodsko - posavske županije kao idealnu destinaciju za kasno ljetne i jesenske jednodnevne i višednevne izlete
2. inspirirati i potaknuti putnike na dolazak u destinaciju i to po principu „ključ u ruke” –putnici ne moraju ništa planirati, već samo doći i odmoriti

Uzimajući u obzir ponudu destinacije, predloženi period kampanje te opće trenutne okolnosti kao i sezonalnost pojedinih turističkih aktivnosti, fokus je stavljen na sljedeće turističke proizvode:

- **Priroda:** šuma Prašnik, rijeka Sava, Gajna i Pašnjak Iva
- **Aktivnosti:** šetnje, biciklizam, jahanje
- **Kultura:** Tvrđava Brod, samostani, gradske jezgre, dvorac Kulmer
- **Eno-gastro:** Okusi graničarskog posavlja, Brodsko i Novogradiško vinogorje

Što se ciljne publike tiče, definiranje iste je pomoglo kreiranju prilagođenog sadržaja i plasiranja na medije gdje se nalaze potencijani domaći turisti. Kampanja je bila usmjerena na nekoliko skupina: obitelj s djecom, turiste starije dobi ('empty nesters', seniori), mlađe turiste privučene uglavnom atmosferom te populaciju višeg stupnja naobrazbe i više ekološke svijesti s interesima poput sporta, zdravog života i sl.

Osim odabrane publike, strategija je uključivala i optimalni medijski miks, učinkovitu komunikaciju i sadržajnu strategiju te jasno definiranje proizvoda u fokusu.

Kampanja je osigurala dovoljan doseg ciljne populacije i dovoljno trajanje te postigla maksimalan učinak za budžet na raspolaganju, a pri tome je svakako pomogao i odabir kvalitetnih i relevantnih medijskih proizvoda pomoću kojih se moglo ciljati potencijalne turiste i to strateškim promišljanjem ponuđenih formata.

Za kampanju su odabrani sljedeći medijski partneri:

- Nova TV – IN magazin (TV) – hrvatska vodeća nacionalna komercijalna televizija, kako po doseg tako i po društvenom utjecaju, a kampanja je imala prilog u emisiji Nove TV IN Magazin
- Nova TV Pun Kufer – travel portal na kojem se nalazio sponzorirani članak, a ostvario je 11,170 čitanja s prosječnim vremenom zadržavanja na stranici od 2 minute i 5 sekundi
- Telegram.hr - jedan od najčitanijih portala na tržištu, a odabrani format je bio urednički članak. Članak je ostvario 15.553 čitanja s prosječnim vremenom zadržavanja na stranici od 3 minute i 25 sekundi

Ostvareni cilj aktivnosti: marketing destinacije kroz povezivanje dionika na regionalnom nivou u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima na temelju čega se osigurala cjelovitija zastupljenost specifičnih regionalnih interesa i vidljivost na globalnom turističkom tržištu.

Nositelj: TZ BP županije, klaster Slavonija

Realizacija ; 335.847,83 kn

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

Turistička zajednica Brodsko-posavske županije je u 2021.g. je planirala samostalno, posredstvom ili u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom (biti na specijaliziranim i općim sajmovima), Planirali smo nastaviti sa Klasterom Slavonija koji čini svih pet slavonskih županija, turističkim zajednicama općina i gradova smo se predstavljali na sajmovima i posebnim prezentacijama u inozemstvu. Sajmovi u inozemstvu na kojima smo sve do veljače 2020.g. (pojava pandemije i Covid 19) nastupili zajedno sa ostalim slavonskim županijama su u najvećem broju odgođeni a zatim i otkazani zbog istih razloga kao i godinu dana ranije.

Također su sajmovi u Hrvatskoj koje smo planirali također prvo odgađani a zatim i odgođeni; Place 2Go, Sajam vina u Splitu, Sajam lova, ribolova prirode i turizma u Varaždinu, Katarinski sajam u Sl. Brodu. Pratili smo upute HTZ te smo sudjelovati putem On line posebnih prezentacija u našim predstavništvima gdje god je to bilo moguće.

U suradnji sa predstavništvima HTZ u inozemstvu organizirali smo na razini klastera Slavonija virtualne prezentacije *Virtual Croatian Get2Gether 2021*. Model je bio da bi prezentacija započela općom prezentacijom od strane direktora predstavništva nakon čega su uslijedile prezentacije turističke ponude s naglaskom sa sadašnje aspekte i novosti turističke ponude a nakon čega je omogućena i serija pitanja od strane inozemnih partnera u chat formatu. Tako smo na prijedlog predstavništva u Poljskoj u srpnju putem PP predstavili Slavoniju u organizaciji klastera Slavonija što je rezultiralo iskazanim interesom za studijsko putovanje turoperatora. U suradnji sa HTZ - smo dostavili suvenire naše županije za izložbenu vitrinu u hrvatskom paviljonu na EXPO 2020 Dubai.

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije u suradnji s TZ Vukovarsko - srijemske i Virovitičko – podravske županije, bila je partner je 1. Weekend Destinacija Festivala. Festival se održao u vremenu 3. – 5. svibnja u prostoru „Avant Garden“ u Magazinskoj ulici u Zagrebu. TZ BPŽ u suradnji s navedenim županijskim turističkim zajednicama bila je partner prvog događanja te predstavila konkretne destinacije s njihovom ponudom.

Cilj predstavljanja nije samo opće predstavljanje destinacije nego i predstavljanje konkretnih lokacija koje nude određeni prepoznatljivi sadržaj, smještaj i čine posebnost destinacije u cjelini.

U lipnju je Eko-etno selo Stara Kapela bila je idealna kulisa za predstavljanje modernog logotipa i slogana TZ Brodsko-posavske županije koji naglašavaju ljepotu i bogatu povijest ovog dijela Hrvatske. Tradicijska arhitektura, vrhunska gastronomija, rijeka Sava i graničarska povijest brodsko-posavskog kraja temelj su novog, modernog vizualnog identiteta županijske turističke zajednice. Osnovni element logotipa tamno je plave boje i asocira na rijeku Savu, izveden je u rotiranom obliku početnog slova županije, a stilizirani elementi u toplim bojama predstavljaju prozore štaglja, koji i danas krasi gotovo svako dvorište u ovom dijelu Hrvatske.

„Novi logotip decentan je i moderan u isto vrijeme, primjenjiv je u izvornom obliku i na modularan način i odražava novi doživljaj tradicijskih vrijednosti našeg kraja. Temeljen je na

Strateškom marketinškom planu turizma Slavonije od 2019. do 2020. s planom brendiranja, kojeg je financiralo Ministarstvo turizma i sporta i u kojem se naše područje opisuje kao susret svijetova i kultura.

Podršku novom vizualnom identitetu dao je i župan Brodsko-posavske županije Danijel Marušić koji je istaknuo kako vrijednost ovog kraja leži u velikom bogatstvu baštine, što se odražava u vizualnom i verbalnom identitetu koji ujedno prate i moderne trendove.

Osnovnom logu pridružene su još tri varijante sa sloganima *Čuvari prirode*, *Čuvari baštine* i *Čuvari okusa*. Tako su objedinjeni najjači turistički aduti koji se komunikacijski temelje na povijesnoj činjenici da su stanovnici ovog dijela Hrvatske bili čuvari granice. U ovo kontekstu riječ čuvari sama je po sebi topla i budi pozitivne emocije.

„Moderni vizualni identitet potvrđuje koliko su važni strateški dokumenti i na najbolji način daje odgovor zbog čega se oni izrađuju. Ovo je izvrstan primjer primjene Strateškog marketinškog plana turizma Slavonije u praksi“, istaknula je Sandra Herman, državna tajnica u Ministarstvu turizma i sporta.

Timu Lollipop komunikacija Elizabeti Penić i Almi Radoš, koje potpisuju idejno rješenje, kreativnu komunikaciju i branding novog vizualnog identiteta, pridružila se grafička dizajnerica Vedrana Knez kao autorica vizualnog identiteta.

Nakon prezentacije na ambijentalnom imanju u Staroj Kapeli pedesetak uzvanika uživalo je u jelima s jelovnika Okusa graničarskog Posavlja. Nakon popuštanja epidemioloških mjera ovo događanje na simboličan način najavilo je povratak turizma u Brodsko-posavsku županiju.

Popis novinara :

Mihaela Huzanić	Jutarnji list
Mia Muslulin	Gloria
Lana Mindoljević	Like Jutarnji lis
Lucija Biondić	Free lancer
Mia Meglić	Hrvatski radio
Sunčana Barušić	She.hr
Diana Grgić	Vinum In
Domagoj Jakopović Ribafish	bloger
Kasandra Draganić	blogerica
Vedrana Knez	Oprara
Alma Radoš	Lollipop komunikacije



Predstavljanje logotipa TZ BPŽ u Staroj Kapeli



U studenom smo sudjelovali na turističkoj burzi „22. Burza PUT“ u organizaciji Udruga hrvatskih putničkih agencija održana u Selcu. Tom prigodom smo bili sudionici B2B radionice te smo organizirali zajednički štand sa TZ Meridiana Slavonica .

U prosincu smo sudjelovali na manifestaciji „Festival čokolade 2021“ u Opatiji u sklopu sajma „Čokoladna čarolija“. TZ BPŽ je financirala štand sa izložbenim prostorom na kojem smo izložili naše promo materijale i kataloge. Tijekom dva dana je omogućena i degustacija voćnih vina, likera, rakije , džemova i sokova vlastitih nasada sa certifikatom Frambovin iz Rušćice.



Predstavljanje na turističkoj burzi „22. Burza PUT“

Nositelj: TZ BP županije , klaster Slavonija
Realizacija : 137.774,37 kn

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s HTZ-om

Nastavili smo aktivnosti prihvata agenata te sa turoperatorima koji u svojim katalogima i programima nude Hrvatsku s ciljem uključivanja u itinerere; Todari d.o.o., Zagorka tours j.d.o.o., Didital ITD.... U rujnu smo ugostili novinare turističkog portala Travel Advisor te smo odgovarali na upite putničkih agencija, kojima će smo dostavili promidžbeni materijal destinacije. U svibnju smo ugostili predstavnike 16 putničkih agencija iz Hrvatske zajedno sa

kalsterom Slavonija i u organizaciji HTZ . Oglasili smo se u katalogu učeničkih ekskurzija te nastavili suradnji sa tvrtkom Eklata d.o.o. putnička agencija iz Splita budući je najveći hrvatski turoperator za školske ekskurzije.

Nositelj: HTZ-a, TZ BPŽ

Realizacija; 6.412,00 kn

3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

Nastavno na izradu i predstavljanje novoga brand koncepta te vizualnog identiteta TZ BPŽ te važnost poruke i percepcije destinacije izradili smo paletu suvenira sa novim logom te implementacijom smjernica proizašlih iz Strateških dokumenta na kojima smo bazirali temelja branda te verbalni i vizualni identitet. Također smo realizirali reprint postojećih tiskanih promotivnih materijala , tematski katalog na hrvatskom jeziku u nakladi od 1.500 komada. Veliki interes je izazvalo primjena i sam prezentacija novoga brand koncepta te smo za potrebe i iskazani interes organizatora manifestacija i posjeta stranih i domaćih gostiju imali potrebu tiska svih suvenira (vrećice, majice, magneti, šalice, rokovnici, olovke, podmetača - nadstolnjaka) imali iznad prvotno planiranih količina. Također smo ove suvenire koristili kao prigodni poklon u kombinaciji sa katalogima prigodom posjeta turoperatora, novinara, predstavnika agencija i sl. Pri samom predstavljanju novoga loga i vizualnog identiteta u lipnju smo također svim gostima uručili prigodni paket poklon suvenira.

Nositelj: TZ BPŽ

Realizirano 132.970,25 kn

3.8. Internetske stranice:

Razvoj i održavanje internetskih stranica

Online komunikacije, internet stranice i upravljanje njima, oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, objavljivanje sadržaja o turističkoj ponudi i infrastrukturi, ponudi proizvoda i usluga, te oznake na turističkoj karti, kalendar događanja svrha je razvoja i održavanja Web stranica. Tijekom 2022. godine sadržaj web stranica kontinuirano će se usklađivati sa zahtjevima turističkog tržišta.

Digitalni marketing odnosi se na društvene mreže FB i Instagram, putem kojih komuniciramo aktivnosti TZ BPŽ.

Na web stranici se također nalaze i aplikacije za pametne telefone (Vision One, Slavonia Bike, Okusi tradicije), FB aplikacija, informacije o turističkim zajednicama, manifestacijama, sajmovima, festivalima, gastronomiji, smještaju i restoranima, što posjetiti „tematske rute“i novosti .nastavili smo u suradnji sa HTZ te smo aktivno kreirali i sudjelovali u izradi nacionalnog projekta "Hrvatski digitalni turizam“ te izradu novog portala www.croatia.hr . Na ovoj poziciji su i troškovi za angažman tvrtke koja vodi društvene mreže Facebook i

Instagram za TZ BPŽ i kreira sadržaje. U sklopu aktivnosti koji se odnose na opće promotivne sadržaje, tijekom godine smo kreirali putem društvenih mreža i ciljane kampanje po ključnim turističkim proizvodima.

Nositelj: TZ BPŽ

Realizacija: 21.345,00 kn

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

Nastavili smo nacionalni projekt HDT čiji je nositelj HTZ. Ovaj projekt podrazumijeva pripremu, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u Hrvatsku turističku zajednicu. Krajem godine smo na razini Klastera Slavonija pokrenuli projekt trasiranja biciklističke rute po svih pet slavonskih županija. U narednoj godini očekujemo podizanje platforme u vidu web stranice. Paket je realiziran na način da smo u bazu arhivirali 20 tematskih fotografija visoke rezolucije te tri video zapisa na temu ciklo turizma. Naziv projekta je Slavonija Outdoors .

Ugovorili smo i snimanje proizvodnju pet promotivnih filmova u trajanju do jedne minute koje bi koristili u promotivnim kampanjama. Promo filmovi su kategorizirani po pet ključnih tema i proizvoda proizvodima; gastronomski turizam, avanturistički, kulturni turizam, ruralno – tradicijski i eno destinacijski turizam. Također smo u sklopu snimanja promo filmova odlučili snimiti i nekoliko lokacija virtualne šetnje koju bi također koristili kao nosi sadržaj na web stranicama. Veliki dio vlastitih fotografija i video materijala smo pripremili u prethodnom razdoblju, međutim imajući u vidu kontinuirani rast broja događanja i novih turističkih sadržaja neophodno je bilo dopuniti bazu filmova i fotografija. Promo filmove također koristimo i za kampanje putem društvenih mreža a koristili bi ih i kao novi proizvod te kandidirali na razne festivale i manifestacije natjecateljskog karaktera.

Cilj ove aktivnosti je stalna nadgradnja i nadopunjavanje banke kvalitetnih fotografskih i filmskih snimaka, koji su preduvjet za oblikovanje tiskanih i multimedijalnih promotivnih sadržaja .

Nositelja: TZ BPŽ

Realizacija :48.250,00 kn

3.10. Turističko-informativne aktivnosti:

Pratili smo stanje postavljenje signalizacije na terenu te obavljati eventualno potrebne dopune i/ili popravke.

Nositelj: TZ BPŽ

Realizacija: 5.315,50 kn

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

Sustav eVisitor širi mogućnosti te je ključan alat ne samo prijave i odjave gostiju nego općenitog praćenja turističkog kretanja te daljnjeg planiranja. Nije bilo potrebe tijekom godine za veća konkretna financijska ulaganja u 2021.g. budući da je nositelj projekta i koordinator HTZ.

Nositelj: HTZ, TZ BPŽ

4.2. Stručni skupovi i edukacije:

U listopadu smo organizirali „Stručno osposobljavanje za digitalnu promociju seoskog turizma RH na domaćem i inozemnom tržištu „kojeg je provodila Udruga ruralnog turizma Hrvatske Edukativna radionica je trajala jedan dan te su dionici bili članovi LAG-a sa područja BPŽ.

8. i 9. studenog 2021. godine održana je stručna vinska obuka od strane Pupitres boutique koji je u suradnji sa Turističkom zajednicom Brodsko-posavske županije organizirao ovu obuku namijenjenu svim dionicima u turizmu od kojih sa zadovoljstvom možemo reći da se odazvao širok spektar ciljne skupine kao što su profesori Ugostiteljskih škola, konobari, voditelji restorana, vinari, direktori hotela i vlasnici ugostiteljskih objekta te svi oni koji su zaposleni u proizvodnji i prodaji alkoholnih pića.

Predavačica je bila gospođa Jelena Šimić Valentić .Jelena Šimić Valentić je sommelierka sa četrnaestogodišnjim iskustvom u svijetu vina gdje se profilirala kao vrhunski stručnjak koji djeluje na području regije. Vlasnica je Pupitresa, prvog boutique vinske kulture u Hrvatskoj kojeg je osnovala 2014. pod okriljem Pupitresa održala je više od 890 vinskih radionica za građane koji vole vino i žele naučiti više o njemu. Odgovorna je za razvoj i koordiniranje poslovnih usluga, razvoj programa savjetovanja i stručnih treninga te vođenje programa obrazovanja za građanstvo i stručni kadar u ugostiteljskom sektoru. Autorica je knjige - prvog Vodiča kušanja vina zamišljenog kao vinski dnevnik pod nazivom Bilješke o vinu

Obuka se održala u Hotelu Savus sa ciljem da stečeno osnovno znanje o vinu i vinskoj kulturi kandidati kroz sadržaj definiranog programa uzdignu na višu razinu koje se odmah može primijeniti i u praksi po završetku obuke. Nakon obuke svi polaznici su dobili certifikat o položenom tečaju.

Cilj ove edukacije je bio sudjelovanje u radu te usavršavanje stručnog znanja te podizanje kvalitete usluge usavršavanja.

Nositelj: TZ BPŽ

Realizacija: 37.378,46 kn

4.3. Koordinacija i nadzor:

Nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica, usklađivanje planskih aktivnosti i nadzor planskih i izvještajnih dokumenata lokalnih turističkih zajednica i definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala LTZ i smjernica za provedbu marketinških aktivnosti LTZ

Održali smo dvije sjednice koordinacije sa gradskim i lokalnim TZ (u travnju i rujnu). Također smo sva važnija pitanja komunicirali online putem zoom aplikacije u vrijeme kada nismo mogli fizički komunicirati zbog posebnih mjera ili ne mogućnosti nazočnosti predstavnika članova LTZ

Također smo na razini klastera Slavonija održali šest sjednica . U vrijeme posebnih mjera sjednice smo održavali online. Teme su bile razvoj platforme Slavonija .travel, zajednički projekti i ostalo .U travnju je TZ BPŽ bila domaćin sjednice koordinacije klastera Slavonija

Ministarstvo turizma i sporta kao i HTZ-a je također održalo nekoliko koordinacija. Uvažavajući mjere Stožera civilne zaštite RH vezano uz pandemiju koronavirusa dio sjednica je održano pomoću Zoom aplikacije. Sudjelovali smo na javnim raspravama na poziv Ministarstva turizma i sporta.

U listopadu smo bili domaćini 13. Sjednice Savjeta projekta Okusi hrvatske tradicije.

Također smo sudjelovali na sjednicama i izradi strateških i akcijskih planova u organizaciji Lučke uprave Sl. Brod, Zajednici za riječni kruzing pri HGK, BPŽ, CTR, općine Vrpolje JU Natura Slavonica a sve u cilju razvoja preduvjeta za jačanje turističke ponude .

Nositelj: TZ BPŽ i partneri

Realizacija : 11.223,00 kn

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

TZ BPŽ je i u 2021.g. sudjelovala u provedbi ključnih investicijskih projekata u cilju podizanja konkurentnosti i vidljivosti destinacije. TZ je u okviru predmetnog projekta u suradnji sa Razvojnoum agencijom CTR krajem 2019.g. partner u projektu „Izgradnja kulturno-turističkog centra Eko etno kuća u Vrpolju“. Cilj je jačanje sektora turizma na području BPŽ.

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-posavske županije) kao obaveznog partnera te galerije Ivana Meštrovića kao dodatnog partnera

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 te podizanje konkurentnosti.

Nastavili smo ulagati u nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija i pojedinaca u turizmu. Na ovogodišnjem Međunarodnom festivalu turističkog filma tri nagrade došle su u našu Brodsko posavsku županiju . 28 INTERSTAS – Međunarodna smotra turizma, filma , krajobraza . 24. ITF CRO – Međunarodni festival turističkog filma održan je 10. – 12. studenog u Solinu . Posebno priznanje Zlatni Interstas , najbolji promo film snimila je Turistička zajednica Brodsko posavske županije čiji je autor Boris Šeper , direktor tvrtke FILM 54 d.o.o.iz Osijeka. Nagrade na 28. Međunarodnom festivalu turističkog filma u Solinu je uručio državni tajnik Ministarstva turizma i sporta gospodin Tonči Glavina i gospodin Blaženko Boban, župan Splitsko dalmatinski.

Također je TZ Brodsko – posavske županije osvojila nagradu za promo film „Otkrij ljepotu“ na ZAGREB TOURFILM FESTIVAL 2021 U KATEGORIJI „Turistička destinacija“ U organizaciji Udruga hrvatskih putničkih agencija i turističkog časopisa Way to Croatia nagrađeni dionici iz naše županije ali i TZBŽ . Također smo osvojili tri nagrade koje su bile uručene u sklopu programa 22. Burze PUT dana 23. i 24. studenog .Tako je laureat Ranč Ramarin – dobitnik nacionalne godišnje nagrade u kategoriji UGOSTITELJSTVO – objekti s ponudom smještaja i dodatnih sadržaja.

Za 2021.g. dobitnica nacionalne godišnje nagrade je gospođa Sonja Zdravec u kategoriji OSOBA – a dodjeljuje se za kreativnost i doprinos u razvoju turističke ponude destinacije.

Također za 2021.g. dobitnik nacionalne godišnje nagrade je i TZ Brodsko – posavske županije i to u kategoriji PROMOCIJA I PROPAGANDA.

U kategoriji „Suncokret ruralnog turizma 2021“ smo kandidirali i potvrdili sudjelovanje u studenom 2021. Budući je tada Interni poziv objavljen. Tijekom 2022.g. očekujemo rezultate kandidature.



Nagrađeni u kategoriji „Simply the best“ 2021.



Posebna priznanja sa „23. International Tourfilm Festivala“

Smisao i cilj ovih aktivnosti je priznanje koje potiče izvrsnost i postignuća destinacija i pojedinaca u turizmu kao i unaprediti projekte i učiniti ih prepoznatljivima, kroz poboljšanje kvalitete turističkog sadržaja.

Nositelj: TZ i ostali dionici

Realizacija: 62.764,00 kn

4.5. Očuvanje i uređenje okoliša

TZ BPŽ je u cilju poboljšanja i proširivanja ukupne ponude destinacije sukladno odrednicama definiranim ovim Programom rada, poticala smo i pomagala projekte i programe za razvoj i unapređenje turističke infrastrukture, projekte i programe za razvoj novih turističkih proizvoda a koji svojom ponudom obogaćuju i doprinose unapređenju turističke ponude destinacije.

Budući su neki modeli sufinanciranja projekta sufinanciranja od strane HTZ zaustavljeni u provedbenom dijelu tijekom 2021.g. zbog mjera proizašlih kao posljedica COVID 19, TZ BPŽ je projekte turističke infrastrukture sufinancirala iz raspoloživih sredstava.

Potpora braniteljskoj zadruzi u Staroj Kapeli koja održava eko etno selo tijekom cijele godine kao i TZ Garčin u održavanju svetišta i izletišta Grabovac je odobrilo i potvrdilo Turističko vijeće . Cilj potpora je u ruralnim prostorima izgraditi i revitalizirati prirodne i infrastrukturne objekte a sve u cilju održivog razvoja i održivosti autohtonog ambijenta i okoliša. Brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih turističkih doživljaja te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena.

Nositelj TZ BPŽ

Realizacija ; 29.640,90 kn.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Član smo Udruge hrvatskih putničkih agencija također i koordinacijskog tijela za razvoj cikloturizma u RH pri Ministarstvu turizma i sporta kao i pridruženi član Zajednice riječnog turizma pri HGK.

Pravilnikom o minimalnim uvjetima i sudjelovanju u nacionalnom projektu „Okusi hrvatske tradicije“ te sukladno istima u projektu te Sporazumu o projektnoj suradnji koji se realizira i a području BPŽ , TZBPŽ je od prosinca 2017.g. i član ovoga nacionalnog projekta zajedno sa nositeljima standarda iz Brodsko – posavske županije. Projektom koordinira Savjet koji čini po jednog predstavnika iz svake TZ Županije koje su potpisnice Sporazuma. Do sada je ukupno 11 TZŽ pristupilo ovom projektu i preko 110 restorana.

Nositelj; TZ BPŽ i partneri (UHPA, HGK,

Realizacija ; 10.500,00 kn

6. REALIZACIJA 2021 – TABLIČNI PRIKAZ

	PRIHODI	Plan 2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.	Indeks Rea./Reb.	Struktura Realizacije 2021.
1.	Izvorni prihodi	210.000,00	370.000,00	386.345,96	104,41	17,81
1.1.	Turistička pristojba	60.000,00	100.000,00	105.453,79	105,45	4,86
1.2.	Članarina	150.000,00	270.000,00	280.892,17	104,03	12,95
2.	<i>Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna Prihodi od donacija iz proračuna Brodsko posavska županija 680.000,00 Prihodi od donacija iz drž. proračuna Fond za nedovoljno.razvij. 590.944,07</i>	680.000,00	1.270.944,07	1.270.944,07	100,00	58,59
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	300.000,00	233.266,80	233.266,80	100,00	10,76
4.	Prihodi iz EU fondova	10.000,00	18.000,00	18.503,00	102,79	0,85
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti					
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	180.000,00	259.979,75	259.979,75	100,00	11,99
7.	Ostali prihodi	20.000,00	100,00	7,69	7,69	0,0003
8.	SVEUKUPNO PRIHODI	1.400.000,00	2.152.290,62	2.169.047,27	100,78	100,00

	RASHODI	Plan 2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.	Indeks Rea./Reb.	Struktura Realizacije 2021.
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	15.000,00	62.888,00	62.488,00	99,36	3,83
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	5.000,00	61.888,00	61.888,00	100,00	3,80
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	10.000,00	1.000,00	600,00	60	0,03
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti					
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	115.000,00	190.000,00	184.152,50	96,92	11,29
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda					
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	25.000,00	25.000,00	24.446,50	97,78	1,50
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	70.000,00	135.000,00	128.000,00	94,81	7,85
2.4.	Turistička infrastruktura					
2.5.	Podrška turističkoj industriji	20.000,00	30.000,00	31.706,00	105,68	1,94
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	415.000,00	769.000,00	790.194,75	102,76	48,46
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	10.000,00				
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	50.000,00	80.000,00	81.531,25	101,91	5,00
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	20.000,00	20.000,00	20.748,55	103,74	1,28
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	180.000,00	330.000,00	335.847,83	101,77	20,59
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	80.000,00	140.000,00	137.774,37	98,41	8,45
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	10.000,00	7.000,00	6.412,00	91,60	0,39
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	20.000,00	120.000,00	132.970,25	110,81	8,15
3.8.	Internetske stranice	20.000,00	20.000,00	21.345,00	106,73	1,31
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	15.000,00	45.000,00	48.250,00	107,22	2,96
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	10.000,00	7.000,00	5.315,50	75,94	0,33
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	70.000,00	142.000,00	141.006,36	99,30	8,65
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	5.000,00				
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	10.000,00	37.000,00	37.378,46	101,02	2,29
4.3.	Koordinacija i nadzor	10.000,00	15.000,00	11.223,00	74,82	0,69
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	25.000,00	60.000,00	62.764,00	104,60	3,85
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	20.000,00	30.000,00	29.640,90	98,80	1,82
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	12.000,00	12.000,00	10.500,00	87,50	0,64
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	12.000,00	12.000,00	10.500,00	87,50	0,64
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije					
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	465.000,00	450.000,00	442.412,68	98,31	27,13
6.1.	Plaće	365.000,00	320.000,00	319.055,27	99,70	19,56
6.2.	Materijalni troškovi	70.000,00	115.000,00	108.468,41	94,32	6,65

6.3.	Tijela turističke zajednice	10.000,00	15.000,00	14.889,00	99,26	0,92
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava					
7.	REZERVA	20.000,00				
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					
	SVEUKUPNO 1	1.092.000,00	1.625.888,00	1.630.754,29	100,30	100,00
9.	FONDOVI - posebne namjene	308.000,00				
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	308.000,00				
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica					
	SVEUKUPNO 2	308.000,00				
	SVEUKUPNO 1 + SVEUKUPNO 2	1.400.000,00	1.625.888,00	1.630.754,29	100,30	100,00
	Razlika prihoda i rashoda ukupno; 538.292,98 (259.979,75 iz 2020) (278.323,23 iz 2021)			538.292,98		

PODATCI O TURISTIČKOM NOĆENJU ZA 2021.g. (USPOREDBA S 2020.g.)

Turist država prebivališta Domaći/strani	Broj noćenja 2020.	Broj noćenja 2021.	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka 2020.	Broj dolazaka 2021.	Broj dolazaka Indeks
Domaći	21.843	27.298	124,97%	9.216	13.585	147,41%
Strani	16.090	24.335	151,24%	8.489	14.113	166,25%
Ukupno	37.933	51.633	136,12%	17.705	27.698	156,44%

U Brodsko – posavskoj županiji je tijekom 2021.g. ostvareno 51.633 noćenja . **U usporedbi sa prethodnom 2020. godinom ostvareno je 136, 12%.** Udio stranih gostiju je 47 % dok je domaćih gostiju udio u noćenjima 53%.

Što se tiče **dolazaka u 2021.** smo ostvarili 27. 698 te smo u odnosu na prethodnu godinu u postocima sa **156,44%.**

Ako usporedimo ukupni broj noćenja u odnosu na pred pandemijsku 2019.g. kada smo realizirali ukupno 64.433 noćenja možemo zaključiti da smo u 2021. **Godini u usporedbi za 2019. ostvarili 80% noćenja.** Imajući u vidu da je u Hrvatskoj na nacionalnoj razini ostvareno 77% noćenja iz 2019. godine evidentno je da smo uspjeli dostići i više od trenda nacionalne razine u postocima .

Kad usporedimo broj smještajnih objekata u našoj županiji u odnosu na prethodnu godinu kada ih je bilo 125 sa 1575 ležajeva u 2021.g. imamo 1 662 ležaja u 147 smještajna objekta . Otvorena su 22 nova objekta sa 87 novih ležajeva.

PODACI O ZADUŽENJU I UPLATI BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA 2021.g

Grad/općina	Zaduženje	Uplata	Razlika
Slavonski Brod	249.175,50	242.444,26	6.731,24
Okučani	3.988,00	1.573,00	2.415,00
Oriovac	3.755,00	1.480,00	2.275,00
Gornji Bogićevci	1.600,00	0,00	1.600,00
Cernik	2.605,00	1.380,00	1.225,00
Staro Petrovo Selo	7.590,00	6.365,50	1.224,50
Gundinci	1.050,00	0,00	1.050,00
Nova Gradiška	51.029,00	50.319,00	710,00
Sibinj	17.793,00	17.110,50	682,50
Oprisavci	1.430,00	901,00	529,00
Garčin	12.489,00	12.219,50	269,50
Rešetari	33.351,50	33.351,50	0,00
Stara Gradiška	0,00	0,00	0,00
Vrbje	0,00	0,00	0,00
Velika Kapanica	6.000,00	6.204,00	-204,00
Nova Kapela	2.805,00	3.106,33	-301,33
Brodski Stupnik	12.981,00	13.509,00	-528,00
Ukupno:	407.642,00	389.963,59	17.678,41

PROSJEČNA GODIŠNJA POPUNJENOST PREMA VRSTI OBJEKTA U 2021.g. te usporedba sa 2020.g.

Objekt Vrsta objekta	Prosječna popunjenost po krevetima 21.	Prosječna popunjenost po krevetima 20.	Prosječna popunjenost po krevetima Indeks
Hoteli	13,80%	9,04%	152,65
Kampovi	11,92%	0,00%	0,00
Nekomercijalni smještaj	3,00%	4,41%	68,03
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	7,28%	4,66%	156,22
Objekti u domaćinstvu	11,10%	10,26%	108,19
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	4,46%	3,54%	125,99
Restorani	0,27%	0,00%	0,00
Ukupno	8,51%	6,37%	133,59

BROJ OBJEKATA, SMJEŠTAJNIH JEDINICA I KREVETA PREMA LOKACIJI (GRADOVIMA I OPĆINAMA) U 2021.GODINI

Objekt lokacija Grad općina	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj objekata
Brodski Stupnik	19	41	2
Cernik	25	95	8
Garčin	45	105	7
Gornji Bogićevci	8	16	1
Gundinci	3	6	1
Nova Gradiška	73	151	17
Nova Kapela	13	34	6
Okučani	25	49	4
Oprisavci	5	8	2
Oriovac	26	57	7
Rešetari	23	53	2
Sibinj	27	59	4
Slavonski Brod	376	876	79
Stara Gradiška	6	12	1
Staro Petrovo Selo	20	32	2
Velika Kopanica	33	68	4
Ukupno	727	1.662	147

TOP 10 DRŽAVA S NAJVEĆIM OSTVARENIM BROJEM NOĆENJA (od najviše noćenja u 2021.g. te usporedbom sa 2020.g.)

Top 10	Država	Noćenja 21	Noćenja 20	Indeks noćenja	Dolasci 21	Dolasci 20	Indeks dolasci
1	Hrvatska	27.298	21.843	124,97	13.585	9.216	147,41
2	Njemačka	4.179	2.041	204,75	2.744	1.161	236,35
3	Bugarska	2.025	1.283	157,83	1.380	1.140	121,05
4	Italija	1.903	1.145	166,20	1.180	733	160,98
5	Slovenija	1.703	801	212,61	632	416	151,92
6	BiH	1.604	1.881	85,27	721	655	110,08
7	Srbija	1.482	1.097	135,10	668	521	128,21
8	Francuska	1.033	695	148,63	812	435	186,67
9	Austrija	944	466	202,58	593	310	191,29
10	Švicarska	933	478	195,19	681	340	200,29

BROJ NOĆENJA PREMA VRSTI OBJEKATA U 2021. GODINI

Objekt Vrsta objekta	Noćenja 21	Noćenja 20	Noćenja Indeks	Dolasci 21	Dolasci 20	Dolasci Indeks
Hoteli	25.841	16.967	152,30	15.410	9.214	167,25
Kampovi	174	0	0,00	165	0	0,00
Nekomercijalni smještaj	667	888	75,11	29	38	76,32
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1.515	972	155,86	490	158	310,13
Objekti u domaćinstvu	11.341	9.389	120,79	4.425	3.029	146,09
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	12.091	9.717	124,43	7.175	5.266	136,25
Restorani	4	0	0,00	4	0	0,00
Ukupno	51.633	37.933	136,12	27.698	17.705	156,44

PODACI O NOĆENJU I DOLASCIMA TURISTA PO TZ 2021.g.

Turistička zajednica Naziv	Noćenja 21	Noćenja 20	Noćenja Indeks	Dolasci 21	Dolasci 20	Dolasci Indeks
Nepoznato - neodređeno	87	46	189,13	27	7	385,71
Turistička zajednica Brodsko-posavske županije	6.514	4.677	139,28	3.506	2.332	150,34
Turistička zajednica grada - Nova Gradiška	6.897	5.994	115,07	2.903	2.236	129,83
Turistička zajednica grada - Slavonski Brod	31.943	23.456	136,18	17.737	11.095	159,86
Turistička zajednica općine - Cernik	960	288	333,33	194	60	323,33
Turistička zajednica općine - Garčin	1.373	435	315,63	925	327	282,87
Turistička zajednica općine - Staro Petrovo Selo	688	554	124,19	615	546	112,64
Turistička zajednica područja - Meridiana Slavonica	3.171	2.483	127,71	1.791	1.102	162,52
Ukupno	51.633	37.933	136,12	27.698	17.705	156,44

U Slavonskom Brodu, veljača 2022.g.

Direktorica Turističke zajednice Brodsko – posavske županije,

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

