



TURISTIČKA ZAJEDNICA
BRODSKO POSAVSKE ŽUPANIJE
TRG POBJEDE 26A, SLAVONSKI BROD

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM
TURISTIČKE ZAJEDNICE
BRODSKO – POSAVSKE ŽUPANIJE
ZA 2020. GODINU

Slavonski Brod, veljača 2021. godine

Sadržaj

UVOD	2
I. DIZAJN VRIJEDNOSTI.....	8
1.1. Potpora razvoju DMO (Destinacijska menadžment organizacija) i DMC (Destinacijska menadžment kompanija)	10
1.2. Projekti i programi za nerazvijene, održivost i razvoj postojećih i novih turističkih proizvoda.....	11
1.3. Turistička tradicija (nagrade i priznanja projektima).....	12
1.4. Autohtoni proizvodi, gastronomija	13
1.5. Tranzitni turizam	15
II. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	15
2.1. Održavanje i ažuriranje web stranice, digitalni marketing i facebook kampanja ..	16
3.1. Oglašavanje u tisku, radiju i televiziji	16
3.2. Udruženo oglašavanje Turističke zajednice Brodsko-posavske županije.....	17
3.3. Studijska putovanja - suradnja sa studentima i učenicima srednjih škola.....	23
3.4. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima.....	24
3.5. Brošure i tiskani materijali	26
3.6. Izrada i dopuna postojećeg turističkog filma	26
3.7. Info table – smeđa signalizacija	27
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI.....	28
4.1. Sajmovi u inozemstvu	28
4.2. Sajmovi i prezentacije u RH.....	30
V. INTERNI MARKETING.....	33
5.1. Edukacija	33
5.2. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica s područja Brodsko-posavske županije	34
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	35
6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala.....	35
6.2. Formiranje baze podataka	35
6.3. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	36
VII. POSEBNI PROGRAMI.....	36
7.1. Brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih doživljaja te poticanje razvoja turizma u manje razvijenim područjima županije	36
VIII. OSTALO.....	37
IX. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE TZ BPŽ ZA 2020. GODINU.....	38

UVOD

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 2020.g. daje prikaz ostvarenih aktivnosti proizašlih iz usvojenog Programa rada za 2020.g. kao i Odluku Skupštine i Turističkog vijeća.

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 .

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije u 2020. godini realizirala je osnovne programske zadatke.

Tijekom 2020. 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 TZŽ partner (Priprema i provedba integriranih i razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine na području Slavonije, baranje i Srijema)
- 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

Osim sa gradskim i općinskim turističkim zajednicama Turistička zajednica Brodsko – posavske županije surađuje i sa 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, Cernik, Brodski Stupnik, Nova Kapela, Garčin. Turistički uredi ustrojeni su u Slavonskom Brodu, Novoj Gradiški i Brodskom Stupniku .

Skupština Turističke zajednice Brodsko-posavske županije donijela je Odluku o osnivanju i ustrojavanju Turističkog ureda. Turistička zajednica BPŽ ima dva zaposlena djelatnika – direktoricu i stručnog suradnika za opće i administrativne poslove.

Vođenje knjigovodstva Turističke zajednice Brodsko-posavske županije tijekom 2020. godine ugovorom je povjereno tvrtki „Grand“ iz Slavonskog Broda.

U skladu sa odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN52/2019 i 42/20) turističke zajednice donose izvješće o izvršenju programa rada .

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.

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.

Svjesni smo činjenice da je 2020.g. suočavanje s globalnom zdravstvenom ugrozom izazvanom pandemijom koronavirusa Covid 19 koji je posljedicu imao znakovite negativne učinke 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 .

Kako bi se osigurala opstojnost i likvidnost sustava turističkih zajednica u predstojećem razdoblju, Ministarstvo turizma omogućilo je i podizanje praga zaduživanja sustava TZ . U travnju 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.

U ožujku 2020.g. je donesen Pravilnik o odgodi ili oslobađanju plaćanja turističke pristojbe za osobe koje pružaju usluge u domaćinstvu i OPG (NN36/20).

Zatim u rujnu Pravilnik o dopunama pravilnika (NN 105/20).

PRIHODI PO VRSTAMA

1. Prihodi od boravišne pristojbe

Boravišnu pristojbu je TZ BPŽ koristila za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada i financijskom planu.

2. Prihodi od turističke članarine

Članarina je prihod turističkih zajednica i raspoređivala se sukladno odredbama Zakona o članarinama u TZ (NN52/2019).

3. Prihodi od proračuna Brodsko – posavske županije

Turistička zajednica je ostvarila prihode i proračuna županije; prihode za programske aktivnosti i prihode za funkcioniranje turističkog ureda. Proračunsko sudjelovanje Brodsko – posavske županije u 2020.g. su realizirana za slijedeće programe; posebne prezentacije i nastupi na sajmovima klastera Slavonija, samostalni nastupi na sajmovima TZ Brodsko – posavske županije i posebne prezentacije u RH, marketinške aktivnosti i oglašavanje i brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih turističkih doživljaja . Izostala su prvotno planirana sredstva za potporu manifestacijama u iznosu od 70.000,00 kn koja smo angažirali iz vlastitih sredstava . Za ostale programe smo sredstva refundirali tijekom godine.

4. Prihodi od drugih aktivnosti - ranijih godina na ovoj poziciji su bili iskazani prihodi od HTZ-a koji su rezultat prijave na javne pozive HTZ-a. U 2020.g. su sredstva namijenjena za potpore sustavu TZ izmjenama proračuna preusmjerena Odlukom na

sjednici Turističkog vijeća HTZ-e. Stavljena su izvan snage i sredstva za Udruženo oglašavanje koja su nam dodijeljena još u listopadu 2019.g. a koja su trebala biti korištena u 2020.g. U konačnici smo dobili samo sredstva poravnanja koja su doznačena za funkcioniranje ureda .

5. Prijenos prihoda iz prethodne godine

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije imala je prijenos viška prihoda iz 2019.g. u iznosu od 101.293,94 kn. Također je u 2020.g. ostvarila višak prihoda u iznosu od 158.685,81 ili ukupno za 2020.g. u iznosu od 259.979,75 kn.

6. Ostali nespomenuti prihodi

Ovdje su iskazani prihodi i transferi za sajmove i posebne prezentacije od strane županijskih turističkih zajednica (ŽTZ) klastera Slavonija .Također je tu evidentiran i iznos vrijednosti monitora i laptopa koji smo dobili kao donaciju od Hrvatske turističke zajednice.

RASHODI PO VRSTAMA

Administrativni rashodi:

U sklopu opisa poslova TZBPŽ nastali su i fiksni 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, ako ovim Zakonom nije drugačije propisano. 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.

Rashodi za radnike Turističke zajednice BPŽ:

Turistički ured ima dva zaposlena djelatnika, direktoricu i stručnog suradnika za opće i administrativne poslove. Budući je stručna suradnica za opće i administrativne poslove prvi dio godine uz manje prekide bila na bolovanju, morali smo organizirati zamjenu za djelatnicu na poslovima stručnog suradnika. 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 prava zaposlenika Turističke zajednice Brodsko – posavske županije .

Regulirana su prava zaposlenika, te ova 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, Turističko vijeće i Nadzorni odbor. 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 te najam i troškovi hrane i pića (catering). Sva tijela su obavljala svoje zadaće propisane zakonom pa je tako u 2020.g. u razdoblju siječanj – prosinac održano :

- 2 sjednice Skupštine; 30. ožujka i 17. prosinca 2020.g.
- 3 sjednice Turističkog vijeća ; 27. veljače, 3. srpnja i 27. studenog 2020.g.
- 1 sjednica Nadzornog odbora; 14. veljače 2020.g.
- 1 sjednica Povjerenstva za upravljanje kvalitetom , održana 1. listopada 2020.g.

Administrativni rashodi prvotno su planirani sa 523.000,00 kn te su nakon Izmjena i dopuna financijskog plana za 2020.g. smanjeni na 468.060,00 kn.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 468.060,00 kn

Izvršeno u 2020. godini: 469.323,06 kn

Tijekom 2020. godine Hrvatska turistička zajednica nastavlja operativnu upotrebu eVisitor online aplikaciju/servis za prijavu i odjavu gostiju, a djelatnici TZ Brodsko-posavske županije kao i prethodne godine su zaduženi za upoznavanje nositelja ponude smještaja s aplikacijom, unos podataka o nositeljima ponude smještaja izvan područja turističkih zajednica, generiranje i distribuciju podataka za pristup aplikaciji te svu ostalu podršku. Djelatnici Turističkog ureda su sukladno zadaćama vodili dnevnu, tjednu, kvartalnu, polugodišnju i godišnju evidenciju podataka o turističkom prometu na području županije. Iz tog dijela aktivnosti proizlazi tablica sa pokazateljima:

PODATCI O TURISTIČKOM NOĆENJU ZA 2020.g. (USPOREDBA S 2019.g.)

Turist država prebivališta Domaći/strani	Broj noćenja 2019.	Broj noćenja 2020	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka 2019.	Broj dolazaka 2020	Broj dolazaka Indeks
Domaći	28.515	21.757	76,30%	14.990	9.153	61,06%
Strani	35.918	16.087	44,79%	22.486	8.487	37,15%
Ukupno	64.433	37.844	58,73%	37.836	17.640	46,62%

Na području Brodsko – posavske županije tijekom 2020. godine ostvareno je 37.844 noćenja. U odnosu na prethodnu 2019.g. **realizacija je ostvarena sa 58,73% u ukupnom broju noćenja.** Indeks noćenja domaćih turista je 76,30% dok je stranih 44,79%.

U Hrvatskoj na nacionalnoj razini je prema podacima sustava E Vizitor ostvareno 50% noćenja u odnosu na 2019.g.

Ukupan broj ležajeva na području Brodsko – posavske županije u 2020.g. iznosi 1.575 dok je objekata 125.

U 2019.g. broj ležajeva bio 1.521 a objekata 106. Bilježi se rast broja ležajeva za 4% , a broj registriranih objekata za 18%.

I. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Dizajn vrijednosti je prva ključna komponenta marketinga kroz koju ističemo napore u razvoju proizvoda (dizajn vrijednosti). Kroz potpore događanjima, potpore razvoju DMO i potpore razvoju DMK radilo se na isticanju događanja koja bude asocijaciju na ovo područje, te informiranje LTZ i turističkih agencija za potpore događanjima, edukacijama i projektima vezanim za razvoj DMO-a.

Ukupno planirana sredstva: 140.000,00 kn

Izvršeno u 2020. godini: 144.424,05 kn

Potpore događanjima i manifestacije području Brodsko – posavske županije postoji duga tradicija održavanja manifestacija, bilo one sa dugom tradicijom ili one urbane, sportske, gastro, kulturne ...itd.

Turističko vijeće je početkom srpnja donijelo Odluku o dodijeli sredstava udrugama i turističkim zajednicama kandidiranih na Interni poziv za kandidature za manifestacije i događanja za dodjelu potpora i programa „Potpore događanjima u 2020“.

Događanja i manifestacije su u 2020.g. organizirane u znatno manjem obimu i to sve zbog epidemioloških mjera i stanja sa pandemijom Covid 19. Izostale su velike manifestacije te su se na Interni poziv uglavnom javile udruge koje su organizirale sportske i biciklističke manifestacije. Potpore su isplaćene sukladno odlukama kao i Ugovora sa korisnicima sredstava.

Odluka o dodjeli potpore

TOP MANIFESTACIJE

RB	PODNOŠITELJ ZAHTEVA	VRSTA MANIFES.	NAZIV MANIFES.	VRIJEME ODRŽAVANJA	IZNOS POTPORE U KN
1.	Turistička zajednica Općine Garčin	Ostale manifestacije / sakralna	Blagdan Velike Gospoje na Grabovcu	15.08.2020.	3.000,00 kn
2.	Turistička zajednica Općine Garčin	Sportska	Biciklijada u Garčinu	4. 10. 2020.	5.000,00 kn
3.	Biciklistički klub Festung	Sportska	XCM Petnja	06.09.2020.	6.000,00 kn
4.	Ultramaraton klub „Mazator“	Sportska	Slavonska utrka	22.8.2020.	3.000,00 kn
5.	Ultramaraton klub „Mazator“	Sportska	Mazator trail	19.9.2020.	6.000,00 kn
6.	Udruga Slavonski Brodski biciklist	Zabavna	Ko 1. magarac	13.09.2020.	5.000,00 kn

NOVE MANIFESTACIJE

RB	PODNOŠITELJ ZAHTEVA	VRSTA MANIFES.	NAZIV MANIFES.	VRIJEME ODRŽAVANJA	IZNOS POTPORE U KN
1.	NK „Slaven“ Ljupin	Sportska, ostale	Sport kroz zdravu prehranu	10.10.2020.	4.551,94 kn
2.	Odbojkaški klub invalida „Marsonia“	Sportska	Međunarodni sportski susreti invalida „Bljesak – Memorijal Ante Čavar“	11.09.2020. – 13.09.2020.	6.000,00 kn
3.	NK „Oriolik“ Oriovac	Zabavna	GreenGold Festival	01.08.2020.	3.000,00 kn
4.	„KUL“ – Kreativna Udruga LoMa	Eno - gastronomska	TraMEnac – gastronomsko putovanje	12. -13. 9. 2020.	10.000,00 kn

TZ Brodsko – posavske županije je financijski podržala ovakve turističke sadržaje te je podržala nastavak i rast manifestacija kao i trud brojnih organizacija i udruga koje nastoje obogatiti turističku ponudu . Također organizatorima događanja /manifestacija pružamo mogućnost promocije i oglašavanja njihovih događanja kroz kalendar događanja , na web stranicama www.tzbpz te najavom istih na društvenim mrežama i promoviranjem putem udruženog oglašavanja.

Nositelj: Razni organizatori i Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 51.500,00 kn

Izvršeno u 2020. godini: 51.551,94 kn

1.1. Potpora razvoju DMO (Destinacijska menadžment organizacija) i DMC (Destinacijska menadžment kompanija)

Turistička zajednica je pružila svu potrebnu pomoć kompanijama koje svoje složene turističke proizvode ostvaruju na tržištima posebnih interesa, i to ukoliko programi kompanija obuhvaćaju i područje naše županije. Ostvarili smo suradnju sa: Mediatis grupa j.d.o.o. iz Dubrovnika, Budaguide Travel iz Budimpešte, TA Maestral V.B. Putovanja d.o.o. iz Splita.

Nakon što smo finalizirali Studiju održivog razvoja riječnih krstarenja zajedno sa Lučkom upravom iz Sl. Broda ostvarili smo kontakte i komunikaciju sa agencijama koje rade aranžmane za goste s međunarodnih krstarenja kada je u pitanju riječni krizing; Gulliver Travel - Vukovar, Arriva Travel i Cetratour DMK and Travel agency iz Osijeka.

Također smo komunicirali kada su u pitanju potpore putem javnog poziva slijedeće agencije; Adriatic Travel & Trade d.o.o. iz Zagreba, Eklata d.o.o. DMC/Travel agency iz Splita, Vision team d.o.o., Aha Marketing d.o.o. iz Selca, DMK Vall 042 d.o.o. iz Varaždina, Marketinška agencija AHA – marketing d.o.o., UHPA- udruga hrvatskih putničkih agencija. Refundaciju subvencije temeljem Javnog poziva kojega smo raspisali u srpnju u 2020.g. realizirali smo sa agencijom „Garten“ iz Sl. Broda.

Tijekom godine na području Brodsko-posavske županije nastavljena je suradnja s strukovnim udruženjima, turističkim agencijama, dijelom i receptivnog karaktera a koja djelatnost vrši i na području Brodsko-posavske županije.

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

Također smo sukladno interesu zainteresiranih za seminare i edukaciju također pružili tehničku podršku .

U 2020.g. je zbog epidemioloških mjera otkazana poslovna turistička burza na kojoj smo ranijih godina aktivno sudjelovali, B2B radionicama i workshopu. Ujedno smo upravo na ovakvim događanjima i ostvarili najviše kontakata sa privatnim i poslovnim subjektima te agencijama.

Što se tiče razvojnog projekta „Izgradnja Kulturno – turističkog centra Eko-etno kuća u Vrpolju“, zajedno sa općinom Vrpolje i Razvojnog agencijom Brodsko – posavske županije u kojoj smo partner. Svrha je pružanje potpore integriranim razvojnim programima temeljenim na obnovi kulturne baštine a sve u cilju doprinosa održivom razvoju .

Rad na projektu na funkciji Koordinator brandinga turističkog područja podrazumijeva 15% radnog vremena koordinatora koji će koordinirati dio projektnih aktivnosti u skladu s opisom aktivnosti projekta i navedenim zadacima u poglavlju "Metodologija uspostave projektnog tima". Koordinator brandinga turističkog područja imenovana je direktorica TZ BPŽ s dugogodišnjim iskustvom u provedbi raznih projekata te koordinaciji turističkih aktivnosti. $1720 \cdot 15\% = 258$ sati godišnje, na cjelokupan period provedbe projekta od 26 mjeseci.

Turistička zajednica županije je tijekom 2020. godine održavala suradnju na razini turističkih zajednica na području županije ali i na razini Klastera Slavonija. Nastojali smo kreativnom oblikovanju, marketingu i provedbi kvalitetnih sadržaja turističke ponude s namjerom da područje naše županije oblikujemo kao cjelogodišnju atraktivnu destinaciju.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 25.000,00 kn

Izvršeno u 2020. godini: 28.219,80 kn

1.2. Projekti i programi za nerazvijene, održivost i razvoj postojećih i novih turističkih proizvoda

Novi turistički proizvod su oni proizvodi koji se mogu kontinuirano komercijalno koristiti tijekom cijele sezone i prvi put su uvedeni na tržište u tekućoj godini. S ciljem stvaranja preduvjeta za razvoj riječnog turizma na rijeci Savi, Lučka uprava Slavonki Brod i Turistička zajednica Brodsko-posavske županije potpisale su Sporazum o suradnji na izradi Studije održivog razvoja riječnih krstarenja na području Brodsko-posavske županije koja je predstavljena javnosti i medijima dana 22.7.2020. godine u HGK ŽK Slavonki Brod.

Studiju je izradila tvrtka za savjetovanje u projektima razvoja luka i pristaništa na unutarnjim vodnim putovima Ancoris d.o.o. iz Osijeka čija je direktorica gđa Božana Matoš svoje višegodišnje iskustvo prenijela u primjere oblikovanja ponude u riječnim krstarenjima u Brodsko-posavskoj županiji. Na samom predstavljanu sudionicima je pojašnjena procedura i zakonska regulativa prilikom gradnje pristanišne infrastrukture kao i preduvjeti razvoja svih oblika riječnih krstarenja. Naglasak je bio na povezivanju turističke atrakcijske osnove Županije s lokacijama budućih pristaništa planiranim prostornim planovima vodeći se pri tome primjerima dobre prakse iz okruženja, socio-demografskom strukturom posjetitelja u riječnim krstarenja kao i motivima njihova dolaska.

TZ BPŽ je Studiju ocijenila kao dobru polazišnu osnovu za razvoj i oblikovanje nove turističke ponude u Županiji kroz povezivanje rijeke Save s turističkom atrakcijskom osnovom Županije, imajući u vidu podatak da je prošle godine Osječko-baranjsku i Vukovarsko-srijemsku županiju posjetilo preko 60 000 gostiju koji su u destinaciju stigli upravo riječnim putem. Županija je smještena cijelom svojom dužinom uz rijeku Savu i vrijeme je da se ovaj prirodni turistički potencijal iskoristi u najboljem obliku, kroz razvoj svih oblika nautičkog turizma.

Redovna putnička plovidba rijekom Savom odvijala se na dionici Sisak- Zemun još 1862. godine. Na Dunavu i Dravi prošle je godine pristalo gotovo 600 riječnih kruzera, a razvija se i

jednodnevna izletnička plovidba. Rijeka Sava zbog problema s plovnošću bila je godinama zapostavljena u razvoju ove vrste plovidbe, a veliki potencijal neiskorišten. Lučka uprava pred ishodom je građevinske i lokacijske dozvole za gradnju međunarodnog putničkog pristaništa, a Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture intenzivno radi na rješavanju kritične dionice plovnog puta Jaruge-Novigrad, čime će se stvoriti preduvjeti za razvoj riječnih krstarenja.

Važnost je koordinacije svih dionika u oblikovanju ove vrste turističke ponude, od stručnjaka i javno-pravnih tijela u sektoru prometa do dionika u turističkom sektoru, uvažavajući pri tome razvojne planove lokalne zajednice.

Sporazum o suradnji na izradi Studije održivog razvoja riječnih krstarenja na području BPŽ je usvojilo Turističko vijeće na svojoj 5. sjednici u 2020.g. Od ukupnog iznosa cijena predmetne studije sukladno informativnoj ponudi Ancoris d.o.o., sporazumne strane zajednički su sudjelovale na financiranju izrade predmetne studije u opsegu 70% Lučka uprava Sl. Brod i 30% TZ Brodsko – posavske županije. Projekt je izrađen pod nazivom „Studija održivog razvoja riječnih krstarenja na području Brodsko – posavske županije“ te isti obuhvaća analizu potencijala razvoja međunarodnih i jednodnevnih riječnih krstarenja rijekom Savom na području BPŽ. Projekt detaljno analizira sve ključne elemente proizvoda riječnih krstarenja u BPŽ i time daje kvalitetne polazišne osnove za izradu prijedloga razvoja novih proizvoda za potrebe riječnih krstarenja te prijedlog promotivnih aktivnosti istih. Tijekom izrade dokumenta TZ BPŽ je davala komentare i prijedloge. Finalni dokument isporučen je prema svim zatraženim parametrima i usvojenim komentarima i nalazi se na web stranici www.tzbpz.hr u dokumentima te je javno dostupan.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 32.000,00 kn

Izvršeno u 2020. godini: 33.586,00 kn

1.3. Turistička tradicija (nagrade i priznanja projektima)

Turistička zajednica je tijekom 2020.g. sukladno proporcijama, aplicirala na priznanja, nagrade u organizaciji Hrvatske turističke zajednice, Simply the best 2020, Klub članova Selo – „Suncokret ruralnog turizma“.

Također smo u vrijeme manifestacije „Brodsko kolo“ putem društvenih mreža i medija organizirali izbor naj etno kutka. Turistička zajednica Brodsko-posavske županije u suradnji sa Obrtničkom komorom Brodsko-posavske županije i Folklornim ansamblom Broda odlučila je i ove godine obogatiti i prigodno oplemeniti vizualni identitet našega grada u vrijeme manifestacije „Brodsko kolo“ tijekom lipnja. Svi dionici su nagrađeni prigodnim poklon bonovima u restoranima koji su nositelji standarda „Okusi tradicije“. U siječnju 2020.g., su uručene nagrade laureatima u kategoriji „Suncokret ruralnog turizma“ koje smo kandidirali u 2019.g. te su nagrade dobili;

SREBRNA POVELJA
u kategoriji „Poduzetnici u ruralnom turizmu“
„KUĆA ZA ODMOR – KUĆA DIDA TUNJE“

POSEBNO PRIZNANJE ZA RAZNOVRNOST
RURALNE PONUDE
u kategoriji „Turistička seljačka obiteljska
gospodarstva“
„SEOSKO DOMAČINSTVO PETAR DUMENČIĆ“

Što se tiče nacionalnih nagrada koje su kandidirane u 2020.g. , odabir nije izvršen do kraja 2020.g. zbog ne mogućnosti obilaska kandidiranih dionika od strane Ocjenjivačkog suda zbog epidemioloških mjera. Stoga očekujemo objavu laureata po kategorijama početkom 2021.g. , odnosno kada se omogući rad objekata i promocija dionika. Slijedom navedenog, u 2020. godini pomagali smo projekte koji su tradiciju i izvornost kulturne i tradicijske baštine naglašavali u najsvjetlijem obliku te ju predstavljali i promovirali. Također smo vodili računa i o novim proizvodima .



Dobitnici nagrade „Suncokret ruralnog turizma“ i izlog etno-kutka

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije
Planirana sredstva: 8.500,00 kn
Izvršeno u 2020. godini: 8.742,58 kn

1.4. Autohtoni proizvodi, gastronomija

Na području Brodsko – posavske županije kao zaseban gastro proizvod , od 2017.g. TZ BPŽ je dio nacionalnog projekta „Okusi tradicije“ www.okusi.hr i gastro ruta „Okusi graničarskog posavlja“.

TZ Brodsko – posavske županije ima ukupno 15 nositelja standarda koji su dio ovoga projekta.

Projekt Okusi hrvatske tradicije provodi se na području 10 Županija a u njemu trenutno sudjeluje 129 ugostiteljskih objekata .U prvoj polovici 2020.g. potpisan je Sporazum na kojem je između 10 županijskih turističkih zajednica (Vukovarsko-srijemske, Brodsko-posavske, Požeško-slavonske, Koprivničko-križevačke, Bjelovarasko-bilogorske, Varaždinske, Krapinsko-zagorske, Zagrebačke, Sisačko-moslavačke i Ličko-senjske) potpisan Sporazum o projektnoj suradnji na razvoju i realizaciji projekta Okusi hrvatske tradicije. To je ujedno do sada najveća ostvarena programska suradnja u okviru sustava hrvatskih turističkih zajednica. ***Potpisivanju je nazočila i pomoćnica ministra turizma gđa. Monika Udovičić te predstavnici Hrvatske turističke zajednice i sektora za turizam Hrvatske gospodarske komore.***



Potpisivanje projekta „Okusa tradicije graničarskog posavlja“

Ova projektna suradnja, kako je navedeno u Sporazumu, ostvaruje se u cilju promicanja, razvitka i unapređenja **ponude lokanih tradicijskih jela, proizvodnje i ponude tradicijskih namirnica i proizvoda** u ponudi ugostiteljskih objekata nosioca standarda Okusi hrvatske tradicije, njihovog međusobnog umrežavanja radi zajedničkog tržišnog pozicioniranja, edukativnih, promotivnih i marketinških aktivnosti usmjerenih na sadržajnije prepoznavanje Hrvatske kao gastronomske i enološke destinacije temeljene na lokalnim raznolikostima i posebnostima koje stvaraju uvjete za razvoj novih nacionalnih i lokalnih eno-gastronomskih turističkih proizvoda.

U okviru događanja konstituiran je i Savjet projekta koji će upravljati njegovim razvojem.

U sklopu ovoga projekta je dogovoreno i izdavanje nacionalnog kataloga te je u 2020.g. realizirano elektronsko izdanje . Tiskano katalog je zbog korona virusa i pandemije odgođeno.

Također je planirana i nacionalna kampanja kao i prethodnih godina „2. Dani okusa hrvatske tradicije“ na način da nosiocima standarda, restorani , nude promotivne cijene. Budući je u drugom dijelu studenog nastupila mjera posljedica pandemije , ovu kampanju smo morali odgoditi jer restorani nisu radili.

Dodatno smo eno i gastro ponudu promovirali putem društvenih mreža i nagradnih igara putem poklon bonova nagrađenima u akciji uređenja „etno kutka“ u lipnju . Tijekom rujna smo pokrenuli FB kampanju „Darivanje“ po konceptu; 6 nagrada za točne odgovore na 6 pitanja. Pitanja su uz promotivne vizuale i fotografije lokaliteta sa područja Brodsko – posavske županije imale za cilj promocija destinacije, vidljivost i svijest o eno gastro ponudi te o restoranima koji su nositelji standarda „Okusi tradicije“ .

TZ Brodsko – posavske županije za sve članove projekta , odnosno nosioce standarda plaća godišnju članarinu kao i certifikat za sve one koji prvi puta postanu član projekta. Obveza članova je da se poštuju odredbe Pravilnika te da svojom ponudom i kvalitetom ne odstupaju od kriterija nego da teže izvrsnosti. U cilju što bolje informiranost domaćeg gosta o našoj eno gastro ponudi . Tako smo u suradnji sa tjednikom „Posavska Hrvatska“ u izdanju tjednika uoči Uskrsa , distribuirali gastro brošuru kao umetak i prilog u 2000 primjeraka.

U srpnju je Turističko vijeće izabralo Povjerenstvo za upravljanje i ocjenu primjene Pravilnika u projektu „Okusi graničarskog posavlja“ . Povjerenstvo je dostavilo izvješće iz kojeg je vidljivo da neki nositelji ne poštuju Pravilnik iako su tijekom godine ali i ranije bili zamoljeni i upoznati sa standardima te upozoreni . Stoga smo odlučili da se ovi objekti izuzmu iz projekta sve dok ne uvedu standarde koji su očekivani i dogovoreni na razini Savjeta.

Nositelj: Razni organizatori i Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 22.000,00 kn

Izvršeno u 2020. godini: 21.473,73 kn

1.5. Tranzitni turizam

Kao i ranijih godina tako smo i u 2020. godini planirali na graničnom prijelazu akciju dobrodošlice te pokloniti putnicima u tranzitu mali znak pažnje i zahvalnosti na ukazanom povjerenju i odabiru Brodsko – posavske županije kao turističke destinacije.

Budući da kroz našu županiju tranzitira veliki broj turista te nam prema podacima iz eVisitor sustava najveći promet (dolasci i noćenja) ostvaruju upravo turisti u tranzitu, ocijenili smo da im na ovaj način zahvalimo na ukazanom povjerenju.

Cilj ove akcije je pozicioniranje Hrvatske kao zemlje ljubaznih domaćina, ali i ujedno upoznati turiste sa turističkim aktivnostima i atrakcijama naše županije. Sličnu akciju proveo je ranijih godina Glavni ured HTZ-a, u srpnju na graničnom prijelazu sa Slovenijom.

Pripremili smo majice sa logom , međutim ovaj projekt nismo realizirali zbog posebnih mjera i posebnih mjera i zabrana zbog Covid 19. Promotivni materijal koji smo u tu svrhu izradili smo tijekom godine nastavili distribuirati kroz druge aktivnosti.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 1.000,00 kn

Izvršeno u 2020. godini: 850,00 kn

II. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Komunikacija vrijednosti podijeljena je na Online i Offline komunikacije s time da se veći naglasak stavlja na Online komunikacije.

Ukupno planirana sredstva: 236.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 227.956,27 kn

2.1. Održavanje i ažuriranje web stranice, digitalni marketing i facebook kampanja

TZ Brodsko – posavske županije koristila je društvene mreže, te vlastitu web stranicu za predstavljanje turističke ponude županije. Također smo koristili i različite društvene mreže, YouTube kanal i geolokacijske portale za predstavljanje turističke ponude županije. Web stranicu smo www.tzbpz.hr u 2017. i 2018. godini redizajnirali iz projekta potpore TZ na TZN. Stranica je višejezičnog sadržaja sa izravnim i konkretnim informacijama o destinaciji i bitan su element koji je prvi virtualni kontakt sa nekim krajem . Digitalni marketing se odnosi i na društvene mreže FB i Instagram, putem kojih objavljujemo aktivnosti TZ BPŽ.

Tijekom 2020. Godine radovi odrađeni na web stranici www.tzbpz.hr se mogu podijeliti u grubo u dvije skupine. U prvoj skupini se nalaze redovni poslovi održavanja i vođenja bloga (ažuriranje tehničkih komponenti, usavršavanje brzine i sigurnosti, održavanje mail accounta, redovito postavljanje novosti u blog sekciju stranice...) U drugoj skupini se nalaze vanredni poslovi vezani uz redizajn i sadržaj (redizajn naslovne stranice, stranice o Okusima graničarskog posavlja, video galerije... dodavanje novih stranica posvećenih novim turističkim atrakcijama npr. quad staza, wellness sekcija, lov, spomen područje Okučani itd. Također i dodavanje sekcije sa preporučenim rutama i njihovim detaljnim opisima na hrvatskom, njemačkom i engleskom jeziku te ažuriranje popisa restorana, smještajnih objekata i dodavanje novih službenih dokumenata

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 .U 2020. godini smo aktivno kreirali i sudjelovali u izradi nacionalnog projekta "Hrvatski digitalni turizam“ te izradu novog portala www.croatia.hr . Podatke koje smo koncipirali se odnose na TOP 20 relevantnih kategorija, atrakcije i resurse ključnih turističkih proizvoda. 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 razne nagradne igre kao i ciljane kampanje po ključnim turističkim proizvodima.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 15.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 14.340,00 kn

III. OFFLINE KOMUNIKACIJE

3.1. Oglašavanje u tisku, radiju i televiziji

Oglašavanje u lokalnim, regionalnim radio postajama, portalima, lokalnom i regionalnom tisku, časopisima s područja turizma, katalogima predstavlja izravan oblik informacije o turističkom području , koji daje konkretne rezultate. predstavljanje pojedinih lokaliteta i turističke ponude i programa Početkom godine temeljem podataka o gledanosti i slušanosti pojedinih medija sa svima pojedinačno smo sklopili Ugovor o medijskom praćenju u 2020.g. Radilo se potrebama koje nisu bile obuhvaćene programom udruženog oglašavanja od strane

HTZ-a iako su naša nastojanja bila obuhvatiti što više upravo sa udruženim oglašavanjem kako bi uštedjeli na izvornim sredstvima namijenjenih medijima.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 26.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 25.312,50 kn

3.2. Udruženo oglašavanje Turističke zajednice Brodsko-posavske županije

Udruženo oglašavanje podrazumijeva zajedničku promociju privatnog i javnog sektora. TZ Brodsko – posavske županije se prijavila na natječaj za udruženo oglašavanje u 2020.g. te je dobila od HTZ potvrdu o prihvaćanju medija plana. Međutim, zbog okolnosti izazvanim pandemijom koronavirusa Covid 19, početkom 2020.g. došlo je do revidiranja svih aktivnosti i proračunskih sredstava od strane HTZ-a. Stoga smo projekt oglašavanja realizirali iz programskih sredstava koje smo planirali i dobili od Brodsko – posavske županije.

Društvene mreže izuzetno su važne za ojačavanje medijske prisutnosti. Odabrani su partneri; S.T.A.R. Digital d.o.o., Click TAG d.o.o., Salar obrt, Real Group.d.o.o., časopis Meridijani (slovensko tržište), putni časopis koji izdaje Croatia Airlines, 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 Narodni radio te SBTV (regionalna TV). Narodni radio smo tijekom godine koristili kako bismo najavili i oglasili različita događanja i to samo u vrijeme kada je stanje oko posebnih mjera to i dozvoljavalo. Tako je u medija planu izostala najava velikih manifestacija kao što je to bio slučaj ranijih godina .

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.

Marketinške aktivnosti u 2020. godini

Izazovi koje je donijela pandemijska 2020. godina potaknuli su nas na dodatna promišljanja te unapređenje marketinške strategije u smjeru dodatne digitalizacije te udruživanja odnosno različitih promišljanja I promoviranja destinacije.

Vlastite marketinške aktivnosti

Kako bismo izbjegli disperziju budžeta a maksimizirali doseg naših kampanja, fokusirali smo se na dva kanala za promociju – **radio i internet.**

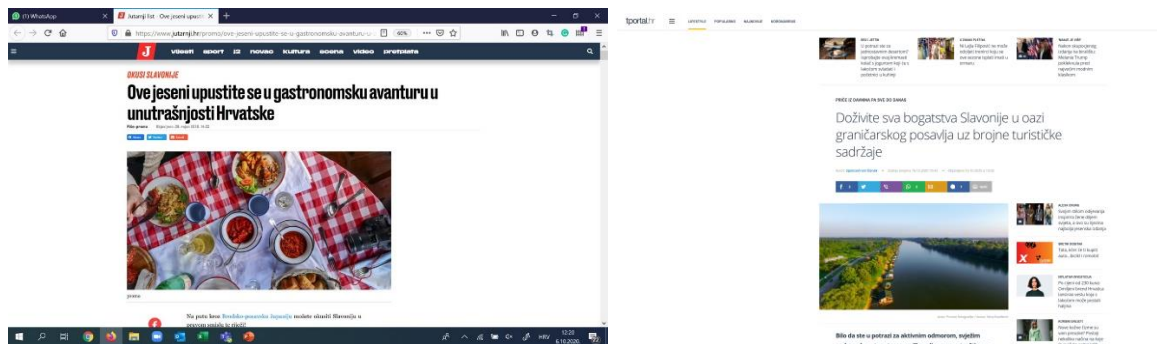
Radio

Nakon proljetnog *lockdown*-a kada smo još vjerovali da će se život lako vratiti u normal krenuli smo s promotivnom potporom lokalnim događanjima – Fišijadi i Oriovačkim žetvenim svečanostima. Oba događanja promovirana su na Narodnom radiju, jednoj od najslušanijih radijskih postaja s nacionalnim dosegom i to kroz format spota od 20 sekundi.

Spot za Fišijadu emitiran je 22 puta dok je spot za Oriovačke žetvene svečanosti emitiran 8 puta prije prekida kampanje zbog pandemijskih okolnosti.

Internet

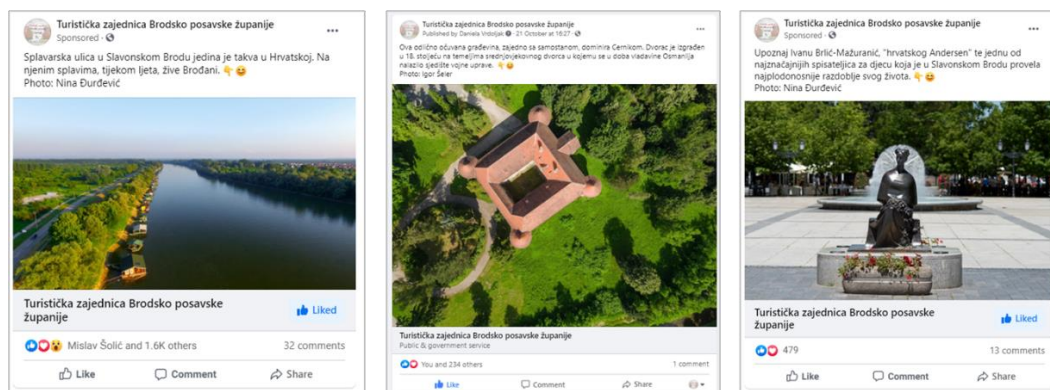
Glavni fokus stavili smo na period kasnog ljeta/rane jeseni. Smatrali smo kako će većina osoba sklonih putovanju u 2020. a obzirom na sve okolnosti ipak prvo u ljeti posjetiti obalu. Stoga smo im se obratili u malo kasnijem terminu s ciljem da ih potaknemo na dolazak u Županiju na ugodan vikend ili jednodnevni izlet. Naglasak je stavljen na eno-gastro ponudu, aktivni turizam te kulturne znamenitosti. Kako su ove godine samostalne aktivnosti rađene bez potpora Hrvatske turističke zajednice imali smo mogućnost promovirati i privatne subjekte (što inače HTZ strogo zabranjuje) te smo u člancima o eno-gastro ponudi naglasak stavili na projekt koji se bavi unapređenjem i promocijom ponude tradicijskih lokalnih jela u dnevnoj ponudi ugostiteljskih objekata "Okusi graničarskog Posavlja" i predstavili sve uključene subjekte. Odabrani medijski partneri bili su: Vecernji.hr, Jutarnji.hr, Gloria.hr i Tportal.hr. Članci su pročitani više od 10,000 puta za vrijeme trajanja kampanje a prosječno vrijeme koje su korisnici proveli u čitanju članka na mediju je veće od 4 minute i 30 sekundi.



Članci na jutarnji.hr i tportal.hr

Kako bismo zahvatili dodatnu publiku te ih u konačnici i doveli na destinaciju, uključena je i promocija na najposjećenijoj društvenoj mreži Facebook.

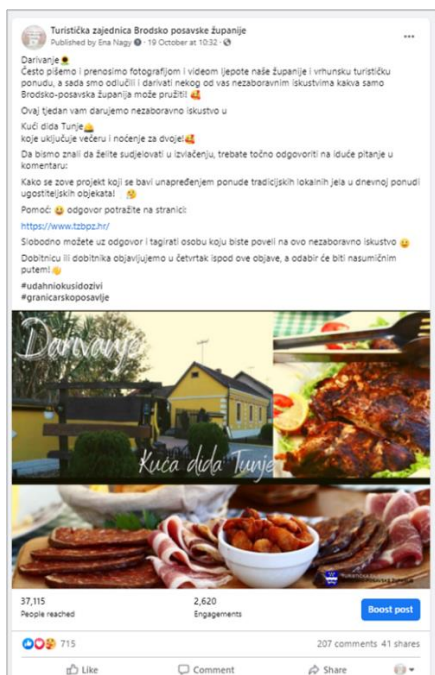
Kampanja na Facebooku sastojala se od nekoliko dijelova: dijeljenje članaka na stranici, poticanje korisnika multimedijским sadržajem (foto, video) na dolazak kroz redovne objave te organizacijom nagradne igre.



Kampanja na društvenoj mreži Facebook

Nagradna igra na Facebooku promovirana je kroz sve objavljene članke na online medijima te kroz Facebook oglašavanje koje je za cilj imalo i povećanje broja sljedbenika (like-ova) stranice. Ostvarena su 2 142 nova page likea, te 1 673 post engagements (svaki oblik interakcije s postom, tj. Like, share, comment). Nagradna igra održavala se kroz nekoliko

tjedana te je korisnicima kroz kratke i informativne kvizove otkrivala zamljivosti Županije te darivala korisnike s poklon paketima poput noćenje + doručak u jednom od uključenih subjekata.



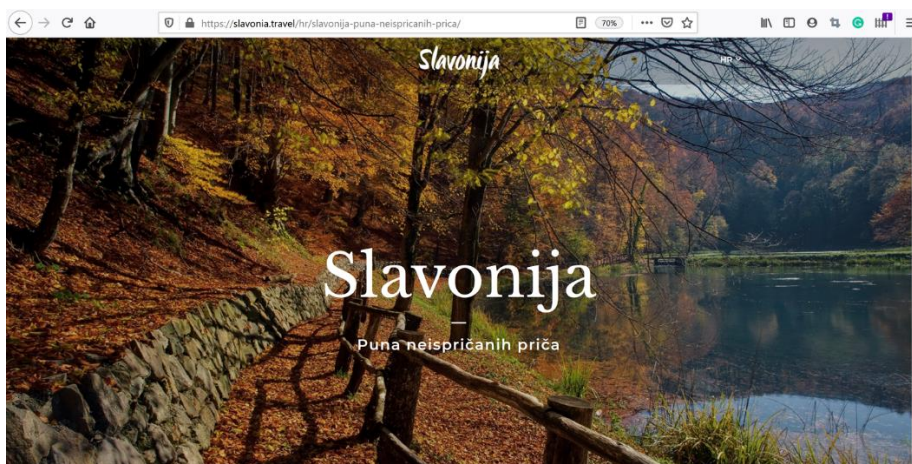
Nagradna igra na društvenoj mreži Facebook

Klaster Slavonija

Sukladno Strateškom marketinškom planu turizma Slavonije s planom breždiranja za razdoblje od 2019. do 2025., a koje je izradio Institut za turizam u ime Turističkog klastera Slavonija, ove je godine po prvi puta pokrenuta zajednička platforma te odrađene zajedničke marketinške kampanje na domaćem tržištu.

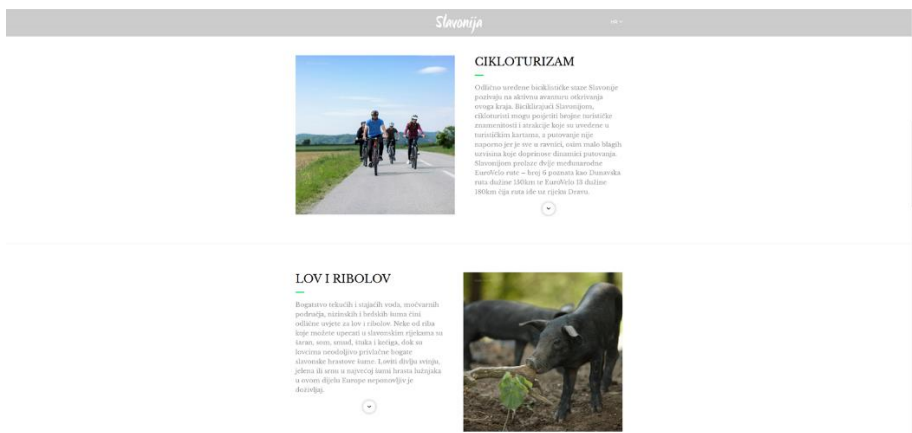
Platforma Slavonia.Travel

Platforma je temeljena na Strateškom marketinškom planu za Slavoniju koji je s jedne strane obuhvatio homogen i cjelovit prostor, dok s druge svaka od pet županija ima svoje specifičnosti.



Trenutna naslovna stranica nove web platforme Slavonia.travel

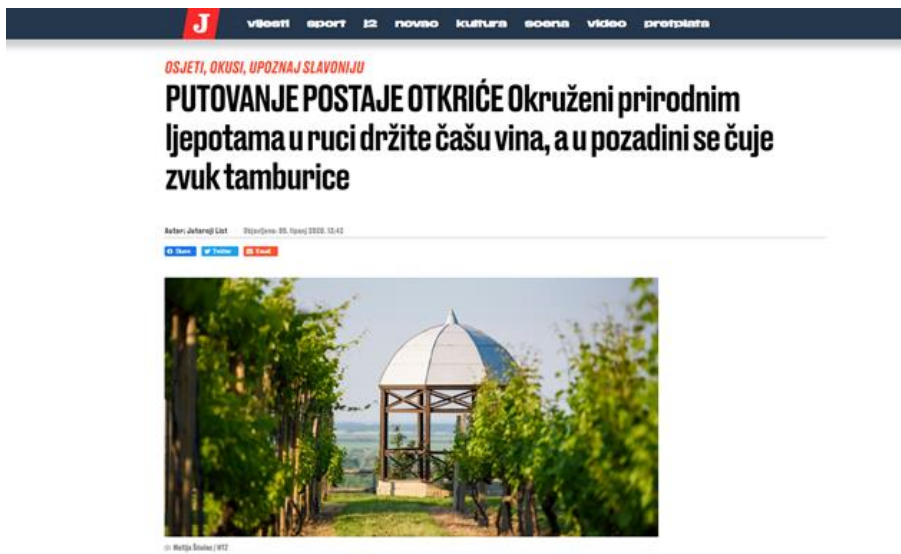
Naziv web platforme je „Slavonia.Travel” a cilj je na jednom mjestu dobiti informacije o regiji koju zajednički predstavlja pet županijskih turističkih zajednica: Virovitičko-podravske, Požeško-slavonske, Brodsko-posavske, Osječko-baranjske i Vukovarsko-srijemske.



Podstranica nove web platforme Slavonia.travel

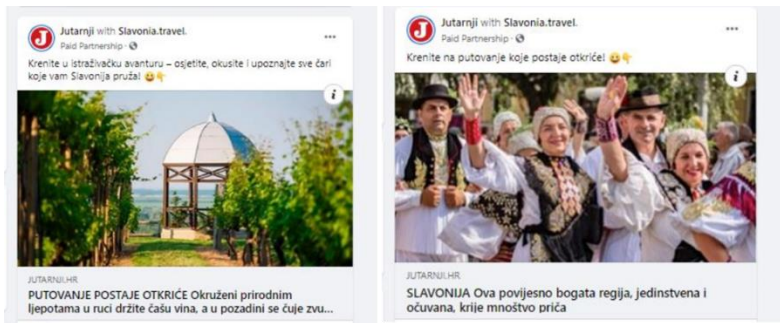
Marketinške aktivnosti klastera Slavonija Kampanja proljeće 2020

Primarni cilj prve kampanje bio je pozicioniranje Slavonije kao jedinstvene turističke destinacije te promocija turističke ponude Slavonije - gdje ljudi mogu osjetiti širinu prostora, prirode, ljudi, osjećaja i uživanja.



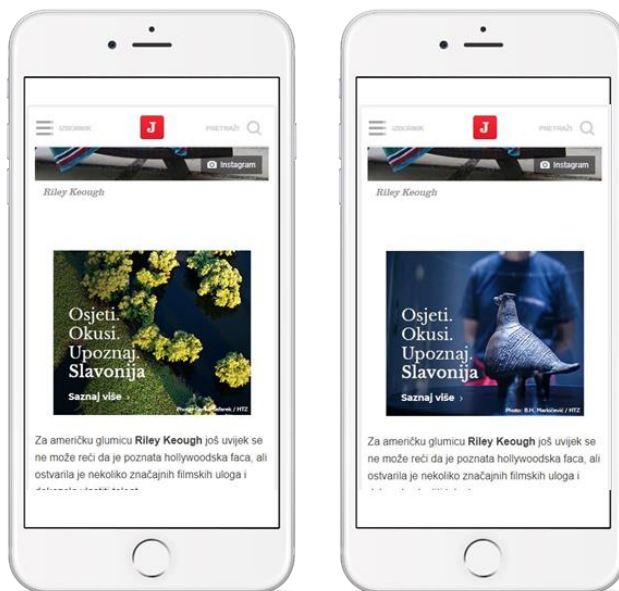
Promo članak na jutarnji.hr

Kampanja je u fokusu imala promociju kroz sadržaj o Slavoniji. Za objavu sadržaja, odabran je jedan medijski partner – Jutarnji.hr čija je uloga bila plasman dva promo članka na portalu te njihova promocija putem društvenih mreža medija. Kako bi se članci održali što duže „živima” i kako bi se osigurala njihova dovoljna čitanost, odabran je native format čija je uloga da 30 dana vodi promet na članke i time produži trajanje promocije kroz sadržaj. Dio budžeta uloženi je i u display oglašavanje kroz medijskog partnera (Jutarnji.hr) te oglašavanje kroz društvene mreže. Oba formata vodila su promet na landing page dedican Slavoniji kao jedinstvenoj turističkoj destinaciji.



Kampanja na društvenim mrežama medijskog partnera

Promo članci zajedno su ostvarili 21.361 čitanje s prosječnim vremenom zadržavanja 3 minute i 26 sekundi. *Native oglasi koji su vodili promet na promo članke, prikazani su 13.365.050 puta, a na članke su doveli 15.000 posjetitelja. Display banneri prikazani su 63.883 puta i ostvarili su 230 klikova koji su vodili na landing page Slavonia.Travel. Na društvenim mrežama, oglasi su ostvarili 569.035 impresija te 11.129 klikova. Sadržaj objavljen na društvenim mrežama generirao je 57.719 interakcija sa sadržajem u smislu komentara, dijeljenja, likeova.*



Display kampanja na jutarnji.hr

Ova kampanja bila je dobar indikator kako je domaće tržište pozitivno reagiralo na promociju Slavonije kao jedinstvene turističke destinacije.

Kampanja jesen 2020

Ova kampanja smatra se nastavkom promocije koja je započeta u svibnju te na isti način pristupa promociji. Cilj kampanje bio je dodatno ispromovirati turistički brand Slavonija te inspirirati čitatelje da odaberu Slavoniju za svoj sljedeći izlet ili putovanje.



Primjeri oglasa korištenih u kampanji jesen 2020.

Kampanja je u fokusu imala promociju kroz sadržaj o Slavoniji. Odabrana su 3 relevantna medija preko kojih se plasirao sadržaj: Večernji list, Jutarnji list i Novi list. Podršku člancima mediji su dali kroz objavu na društvenim mrežama gdje imaju velik i relevantan doseg. Podršku sadržaju i dodatna medijska pokrivenost osigurana je mobilnim display oglašavanjem a dio budžeta uložena je i u promociju kroz društvene mreže gdje su oglasi vodili direktno na Slavonia.travel platformu.



Promo članak na vecernji.hr

Promo članci zajedno su ostvarili 88.867 čitanja, a prosječno vrijeme zadržavanja na članku bilo je 2 minute i 41 sekunda. Native oglasi koji su vodili promet na promo članke, prikazani su 11.448.179 puta, a na članke su doveli preko 25.000 posjetitelja. Display banneri prikazani su 340.071 puta i ostvarili su 965 klikova koji su vodili na landing page Slavonia.Travel. Na društvenim mrežama, oglasi su ostvarili 1.389.307 impresija te 9.762 klikova. Oglasi na društvenim mrežama dosegli su preko 450.000 korisnika.



Promo članak na jutarnji.hr

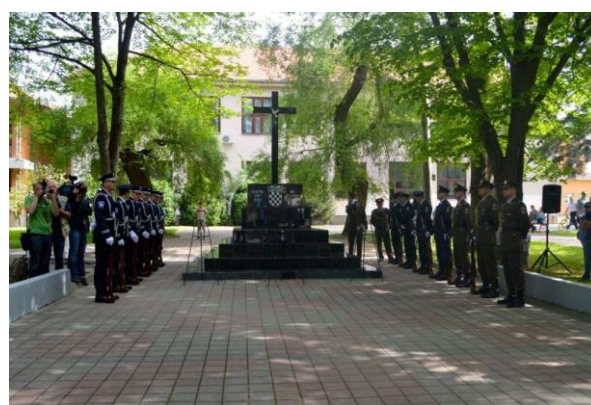
Nositelj: Klaster Slavonija i Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 130.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 124.774,31 kn

3.3. Studijska putovanja - suradnja sa studentima i učenicima srednjih škola

Nastavili smo suradnju sa tvrtkom EKLATA d.o.o. putnička agencija iz Splita te u katalogu učeničkih ekskurzija za 2020.g. na stranici 1/1 objavili promotivni tekst i fotografije o našoj destinaciji te o mogućnostima boravka i upoznavanju destinacije. Budući da ovaj katalog izdavač distribuira u sve osnovne škole smatrali smo da je katalog alat i kanal distribucije i promocije naše turističke ponude. Eklata je najveći hrvatski turoperator za dječji turizam te izdavač kataloga sa itinererima za osnovne škole.



Spomen obilježja vojno redarstvene operacije Bljesak u Okučanima

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije, turističke agencije

Planirana sredstva: 6.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 5.750,00 kn

3.4. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima

TZ Brodsko – posavske županije je za 2020.g. planirala studijska putovanja stranih i domaćih novinara . Zbog pandemije su otkazan a studijska putovanja i dolazak stranih novinara koja smo planirali u suradnji sa HTZ. Stoga smo se okrenuli domaćim novinarima i PR agencijama. Tako smo početkom srpnja organizirali sa tvrtkom Zlatne riječi j.d.o. iz Zagreba **dolazak domaćih novinara na gurmanskom press izletu u našoj županiji** . Naglasak je bio na vinima te je ovaj press trip započet u Cerniku , zatim Nova Gradiška, Brodski Stupnik, Oriovac, Garčin te završio na Salašu savus u Bukovlju. Kroz Javni poziv i potpore manifestacijama smo podržali posjet influencera i blogera koji je održan u sklopu manifestacije TraMEnac – gastronomsko putovanje. Također smo tijekom kolovoza na ranču Ramarin u suradnji sa tvrtkom „Kreativna koka“ na unikatan način imali promociju vina i hrane, tradicijskih i modernih specijaliteta ugostivši food blogere i influencere. **Press berbu u suradnji sa TZ Brodski Stupnik smo organizirali dana 11. rujna 2020.g.**

TZ BPŽ putem organiziranih studijskih putovanja , djeluje u vidu promocije i prezentacije turističke ponude županije, pri čemu novinari stvaraju reportaže, kroz doživljene atrakcije i zanimljivosti, gastronomija/enologija i kultura, sve kako bi svoje pratitelje, slušatelje i gledatelje upoznali sa ponudom destinacije te ih potakli i pozvali na dolazak u destinaciju.



Gurmanski press izlet novinara u Brodsko – posavskoj županiji

U prilogu su neke od objava novinara , blogera i influencera ;

Kolovoz; TraMEnac – gastronomsko putovanje

<https://www.034portal.hr/tramenac-time---gastronomsko-putovanje-na-rancu-ramarin-442>

<https://www.ebrod.net/slavonski-brod/clanak/food-blogeri-i-influenceri-proteklog-vikenda-uzivali-su-na-rancu-ramarin-33661.html>

<https://www.sbonline.net/tramenac-time---gastronomsko-putovanje-na-rancu-ramarin-197>

<https://vilicomkrozhrvatsku.com/objave/pricamo/tramenac-time-kako-je-izgledalo-idilicno-gastronomsko-putovanje-na-rancu-ramarin/kasandra/>

<https://www.instagram.com/p/CFMnMkoJyiF/>

<https://www.instagram.com/p/CFteAEppgQ5/>

<https://www.instagram.com/p/CFaIMSkJfAH/>

<https://www.instagram.com/p/CFH-16jUhg/>

https://www.instagram.com/p/CFEdX_QpO-4/

<https://www.instagram.com/p/CFMFNpQJrPy/>

<https://www.instagram.com/p/CFFmiAkJ7hU/>

<https://www.instagram.com/p/CFFb0yPJlsm/>
<https://www.instagram.com/p/CFFXr2AjrIj/>

Putovanje /Turizam

<https://travel-advisor.eu/gurmanski-izlet/>

Hedonism-tourisme

https://hedonism-tourism.org/2020/07/18/udahni-okusi-dozivi-vina-brodsko-posavske-zupanije/?fbclid=IwAR0Y16Kuk-hknDhDLjwP8be_uo8Bd67paPDagXAi_H_JZnuVA-K_05dHKss

Julio Frangen Foto

<https://juliofrangefoto.com/2020/07/16/udahni-okusi-dozivi-vina-brodsko-posavske-zupanije/>

Vinoljupci

<https://www.vinoljupci.com.hr/post/vinske-tajne-brodске-posavine>

Lifestyle

<http://fama.com.hr/okusi-boje-i-mirisi-brodsko-posavske-zupanije-1-dio/>

Posao/Horeca

<https://www.restaurant-hotel.com.hr/4379/Udahni-okusi-dozivi-vina-Brodsko-posavske-zupanije>

<https://privredni.hr/udahni-okusi-i-dozivi-brodsko-posavske-zupaniju>

Dnevno.hr

<https://www.dnevno.hr/novac/u-ovim-cete-oazama-pronaci-svoj-mir-slavonska-imanja-i-salasi-su-mjesta-gdje-vristi-tisina-1507789/>

<https://www.dnevno.hr/magazin/znate-li-sto-su-cupteti-najbolji-su-u-doba-kolinja-kada-se-tijesto-nadjeva-smjesom-kulina-i-kobasica-1502131/>

<https://www.dnevno.hr/novac/projekt-vrata-slavonije-turisti-ce-pokusati-pobjeci-iz-obnovljenog-starog-zatvora-te-iskusati-neke-od-sprava-za-mucenje-1509445/>

Place2go

<http://place2go.hr/2020/07/22/udahni-okusi-dozivi-vina-brodsko-posavske-zupanije/>

Lokalni mediji:

TV (SBTV)

<https://www.ebrod.net/slavonski-brod/clanak/udahni-okusi-dozivi-vina-brodsko-posavske-zupanije-33070.html>

<http://www.brodportal.hr/print/udahni-okusi-dozivi-vina-brodsko-posavske-zupanije-26432>

<https://slavonski.hr/tz-brodsko-posavske-zupanije-turisticki-novinari-u-posjeti/>

Gosti su zaključili da je Brodsko-posavska županija jedan od (još uvijek) neotkrivenih bisera s jedinstvenim gastro-identitetom koji poziva da ga se otkrije, upozna, zavoli u svim godišnjim dobima.

Nositelj: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 25.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 25.072,00 kn

3.5. Brošure i tiskani materijali

TZ Brodsko – posavske županije je u 2020.g. realizirala reprint u nakladi od 1000 komada tematski katalog pod nazivom „Udahni, Okusi, Doživi...“, i to na hrvatskom jeziku. Također smo za potrebe promocije i distribucije realizirali reprint gastro brošure „Okusi graničarskog posavlja“ 1.000 komada.

Brošuru i katalog distribuiramo; na posebnim prezentacijama, sajmovima, prigodom posjeta novinara kao i putem TIC u Sl. Brodu i Novoj Gradiški.

U 2020.g. nismo radili nova izdanja, nego samo reprint u jezičnim varijantama koje nam nedostaju na zalihama.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirani iznos: 12.000 kn

Ostvareno u 2020. godini: 11.650,00 kn

3.6. Izrada i dopuna postojećeg turističkog filma

Nakon što smo u prethodnoj godini aplicirali na Javni poziv HTZ-a za potpore turistički nerazvijenim područjima te nam je odobren projekt „PROMO VIDEO“ promotivni film od 3 minute na hrvatskom jeziku, dodatno preveden na engleski jezik i poseban dodatak promo spota od 30 sekundi.

Sa ovim projektom smo dostigli jedan viši standard u postizanju promotivnih alata i kanala distribucije za adekvatnu promociju naše destinacije. Promo film je instaliran i na službeni

You Tube kanal . Također ćemo ga kandidirati u kategoriji Internacional TourFilm festival ITF' CRO u 2020.g.

U srpnju smo dobili obavijest da je direktorij manifestacije u suradnji sa Središnjim odborom F.E.-S.T. /europska federacija turističkih novinara i pisaca/, donio je **Odluku o dodjeli međunarodne turističke nagrade GOLDEN INTERSTAS 2020**. Nagrada se dodjeljuje TZ Brodsko – posavske županije za kako glasi u obrazloženju Odluke „*..vrlo kreativna i profesionalna postignuća i izvrsnost u prezentaciji bogatstva turizma, tradicijskih vrijednosti, kulture Brodsko – posavske županije u prezentaciji turizma kontinentalne Hrvatske*“. **Posebno priznanje 27. Interstas, dobio je župan , gospodin Danijel Marušić, predsjednik TZ Brodsko – posavske županije , za vrlo zapaženi doprinos u prezentaciji turizma kontinentalne Hrvatske.**



Promo film TZBPŽ osvaja Međunarodnu turističku nagradu „GOLDEN INTERSTARS 2020“

Dodjela nagrada je trebala biti sredinom studenog u Solinu kod Splita. Zbog epidemioloških mjera ovaj dio manifestacije kao i promocija destinacija i nagrađenih laureata odgođeno je za proljeće u 2021.g.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirani iznos: 12.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 11.501,21 kn

3.7. Info table – smeđa signalizacija

Pokrivenost područja županije sa oznakama smeđe signalizacije je korektna sukladno potrebama. Stoga se u 2020. godini obnovila smeđa signalizacija koja označava smještajne objekte i restorane i to u općini; Garčin, Oprisavci, Vrpolje, Velika Kapanica i Bukovlje.

Nastojali smo da se obilježe novo uspostavljeni turistički sadržaji ili oni koji su se unaprijedili i povećali kapacitet ili postojeća signalizacija nije bila adekvatna.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije, lokalne turističke zajednice, Brodsko-posavska županija

Planirana sredstva: 10.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 9.556,25 kn

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

4.1. Sajmovi u inozemstvu

Turistička zajednica Brodsko-posavske županije je u 2020.g. je planirala samostalno, posredstvom ili u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom (biti na specijaliziranim i općim sajmovima), Također 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 sto nastupili zajedno sa ostalim slavonskim županijama su realizirani u smanjenom broju, budući je nakon posebnih mjera i pandemije Covid 19 svi sajmovi su prvotno odgođeni a zatim i otkazani.

Unatoč toga uspjeli smo realizirati početkom godine zajedničke nastupe u sklopu Klastera Slavonija te nastupiti na ;

1. Destinations Show – London, UK

Kulturna baština, boravak u prirodi i gastronomija najviše zanimaju goste s britanskog tržišta, pokazao je to zajednički nastup Klastera Slavonija;

TZ Brodsko – posavske županije, TZ Osječko – baranjske županije, TZ Požeško – slavonske županije, TZ Virovitičko – podravske i TZ Vukovarsko – srijemske županije) i TZ Zagrebačke županije na sajmu Destinations show održanom od 31. siječnja do 2. veljače u Londonu. Nositelj ovog sajamskog anstupa je bila TZ Vukovarsko- srijemske županije. Hrvatska je Britancima poznata destinacija, oni koji su je već posjetili zadovoljni su ponudom i uslugom, no željeli bi je dodatno istraživati, a posebno im je atraktivna Slavonija koja je još relativno neotkrivena destinacija. U svim turističkim segmentima Klaster Slavonija kontinuirano razvija nove sadržaje i podiže razinu kvalitete, a četvrti nastup na ovom sajmu značajno je pridonio prepoznavanju Hrvatske kao destinacije koja ima i u kontinentalnom dijelu iznimno atraktivnih sadržaja.

Tijekom sajma prvi put je inozemnom tržištu predstavljena brošura Slavonija koja je podijeljena do posljednjeg primjerka.

Slavonija ima konkurentan turistički proizvod koji može ponuditi inozemnom tržištu i onim posjetiteljima koji su istraživači destinacije i putuju vođeni željom za aktivnim upoznavanjem novih destinacija, ljudi i krajeva – potvrdio je popularni londonski sajam.

2. Sajam turizma f.r.e.e. Munchen- Njemačka.

Ispred *Klastera Slavonija* nositelji za organizaciju i zajednički nastup na štandu HTZ-a bila je TZ Brodsko – posavske županije. Na sajmu su u ulozi informatora bili Robert Norac i Ružica Vidaković iz TZ Brodsko – posavske županije.

Nastup na ovom sajmu pridonio je prepoznavanju Slavonije kao sigurne i dostupne destinacije koja ima atraktivan sadržaj. U svim turističkim *segmentima Klaster Slavonija kontinuirano razvija nove sadržaje i podiže razinu kvalitete. Ove godine prvi put je na ovom sajmu predstavljena brošura Slavonija*. Slavonija ima konkurentan turistički proizvod koji može ponuditi inozemnom tržištu i posjetiteljima koji su istraživači i putuju vođeni željom za aktivnim upoznavanjem novih krajeva, ljudi i destinacija.

*Štand Klastera Slavonija posjetio je i gospodin **Selimir Ognjenović**, vlasnik agencije **I. D. Riva Tours** koji je zaslužan za percipiranje Slavonije kao neotkrivene i poželjne destinacije. Njemačka je naše tradicionalno tržište, s naglaskom na Bavarsku otkuda nam dolazi najveći broj posjetitelja, posljednjih godina pokazuje značajan interes za destinaciju u hrvatskoj unutrašnjosti i kontinentalnog turizma.*



Predstavljanje Klastera Slavonije na sajmu turizma f.r.e.e. Munchen

Hrvatska turistička zajednica od 19. do 23. veljače 2020.g. predstavila domaću turističku ponudu na sajmu **f.re.e u Münchenu**, jednom od najvažnijih sajmova na njemačkom tržištu. U Münchenu su boravili **direktor HTZ-a Kristijan Staničić** koji se susreo sa **Michaelom Hinterdoblerom**, izaslanikom Bavarske Vlade i pomoćnikom ministra za međunarodne i europske poslove, s **Prinzom Leopold Von Bayernom**, vlasnikom tvrtke Konig Ludwig Kaltenberg u čijem je vlasništvu brand Kaltenberg, ali i sa **Evelyne Menges**, članicom gradske Skupštine grada Münchena. Sajam su posjetili državni tajnik u Ministarstvu turizma **Tonči Glavina**, te predsjednik Hrvatske gospodarske komore **Luka Burilović**.

Na svečanom otvorenju su bili i **voditeljica Ispostave HTZ-a u Münchenu Nere Miličić**, te **državni tajnik u Ministarstvu turizma Tonči Glavina**.

Posebna novost na sajmu je bio i **osvježeni vizualni izgled štanda HTZ-a koji je, uoči nadolazećeg Europskog nogometnog prvenstva, obogaćen elementima crveno bijelih kvadratića**.

U sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice svoju ponudu na sajmu predstavlja ukupno **24 suizlagača** među kojima su turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske, Splitsko-dalmatinske i **Klaster Slavonija – koji obuhvaća svih pet slavonskih županija**, turističke zajednice Zagreba i Dubrovnika, kao i brojni gospodarski i turistički subjekti.

3. Sajam „Grüne Woche“ u Berlinu

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije je iskoristila priliku da se na ovom sajmu putem izlagača iz Brodsko – posavske županije putem kataloga predstavi turističku i eno gastro ponudu putem najnovijih izdanja općih i tematskih kataloga.

Hrvatsku je predstavljalo pedesetak izlagača, velikih i malih poljoprivredno-prehrambenih tvrtki i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, koji su ponudili svijetu okus Hrvatske - gastronomske delicije poput pršuta, kulena, meda, ulja, rakije, vina te brojnih drugih autohtonih zaštićenih proizvoda. Među 50-tak izlagača iz Hrvatske, Brodsko-posavsku županiju predstavljaju OPG Vučković iz Oriovca sa vinima i OPG Šarčević sa lješnjacima. Dragica Vučković je ovom prilikom kao predstavnica **OPK Vučković ali i kao član Skupštine Turističke zajednice Brodsko – posavske županije ujedno promovirala našu Brodsko – posavsku županiju** na način da je na štandu osim svojih vrhunskih vina izložila i kataloge Turističke zajednice (na njemačkom i engleskom jeziku).

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije i klaster Slavonija, Hrvatska turistička zajednica

Planirana sredstva: 42.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 41.471,38 kn

4.2. Sajmovi i prezentacije u RH

Tijekom 2020.g. smo organizirali promocije i prezentacije turističke ponude županije, pri čemu predstavnici medija stvaraju reportažu o doživljenome nakon što smo im predstavili atrakcije ; gastronomija, enologija, kultura, sve kako bi svoje slušatelje, gledatelje i čitatelje upoznali sa turističkom ponudom naše županije koje nisu dovoljno prisutne u medijima, te ih potakli na dolazak u pojedinu turističku destinaciju. Veliki dio planiranih sajmova (Place 2 Go u Zagrebu, Vinski podrum- sajam u Splitu, Međunarodni sajam prirode, lova i ribolova u Varaždinu) i posebnih prezentacija je zbog pandemije i epidemioloških mjera se moralo otkazati. Putem posebnih prezentacija Turistička zajednica Brodsko-posavske županije u suradnji s Brodsko-posavskom županijom, gradskim i lokalnim turističkim zajednicama, županijskom obrtničkom komorom i drugim nosiocima turističke ponude u sudionika u kreiranju turističke ponude (TOPG, OPG, udruge...) te smo održali slijedeće prezentacije;

- **Festival vina, delicija i ugodnog življenja WineOS 2020– u Osijeku, siječanj**
- **Samostalna posebna prezentacija BPŽ u Zagrebu – u studenom**
- **Prezentacija običaja slavonskog sela uz pripremu sezonskih slavonskih specijaliteta- u studenom**

1. Turistička zajednica Brodsko – posavske županije je u suradnji sa Udrugom vinara i vinogradara „Sveti Vinko“ sudjelovala na Festivalu vina, delicija i ugodnog življenja WineOS koji je održan u Osijeku 10. i 11. siječnja u dvorani Gradski vrt. Veliki broj posjetitelja, preko 110 vodećih proizvođača vina i delicija iz svih regija Hrvatske i susjednih zemalja pružilo je priliku gostima i izlagačima da se upuste u otkrivanje novih eno-gastro doživljaja. Festival je otvorila gospođa Snježana Brzica, pomoćnica ministra turizma. Na izlagačkom mjestu vina su predstavili Ozren Kraljić - Vinarija Kraljić , predsjednik Udruge Sv. Vinko Stjepan Pavlagić - Vina Pavlagić te OPG Radić - Vina Radić. Osobitu pozornost i mnoštvo pohvala privukao je PINOT SIVI Vinarija Kraljić. Na festivalu je organiziran i gastro show kao i brojne edukativne radionice i vinske priče Za Festival je iskazan veliki interes od strane novinara.

2. Pozivnica na gurmansko putovanje Brodsko-posavskom županijom
11. studenog u zagrebačkoj vinoteci Bornstein je predstavljena Brodsko – posavska županija, *pod posebnim epidemiološkim mjerama* (uz nazočnih ukupno 16 novinara, blogera i influčera).Na najbolji način smo nastojali predstaviti eno gastro ponudu Brodsko-posavskog kraja; cernički ćupteti, delikatesni čvarci s ljutom paprikom, vrhunske kobasice i suhomesnati proizvodi, fini ajvari, sjajna vina, najljepše rukotvorine... da se najfinije slavonske proizvode i suvenire može kupiti u Slavonskom dućanu u srcu Nove Gradiške! To je samo jedan od brojnih turističkih aduta Brodsko-posavske županije koji su predstavljeni u zagrebačkoj vinoteci Bornstein.



Posebna prezentacija predstavljanja turističke ponude Brodsko – posavske županije

Na predstavljanju su bile direktorice TZ BPŽ i direktorica TZ Nove Gradiške. „Iznimno smo sretni što se naši proizvodi od početka prosinca mogu kupiti putem webshopa, a ova sjajna priča povezuje domaća obiteljska-poljoprivredna gospodarstva iz Cernika, Okučana, Nove Kapele, Starog Petrovog Sela, Davora, Rešetara i Nove Gradiške“, rekla je Dinka Matijević, direktorica TZ grada Nove Gradiške.

Predstavili smo i promo turistički film *Otkrije ljepotu* koji je na Međunarodnom festivalu filma u Solinu osvojio nagradu Golden Interstars.

Direktorica županijske turističke zajednice istaknula je kako je ovaj dio Slavonije uglavnom ruralni prostor s prekrasnim turističkim obiteljskim gospodarstvima poput Eko-etno sela Stara Kapela, Ranča Ramarin, Imanja Kereković, Kuće Dide Tunje, Salaša Savus... Predstavila je i kulturno i povijesno nasljeđe, mogućnosti aktivnog odmora i boravka u prirodi te istaknula mogućnosti i sadržaje od urbanog do ruralnog kao i niz raznovrsnih manifestacija tijekom cijele godine. Impresije novinara su bile vrlo pozitivne, u prilogu nekoliko objava;

<https://ribafish.com/brodsko-posavska-zupanija-od-srca-vas-poziva-u-goste/>

<https://hrb.com.hr/slavonska-adresa-za-sve-gastro-soppingholicare-koja-se-ne-propusta/9146>

<https://www.get4u.hr/turizam/2775-slavonska-adresa-za-sve-gastro-soppingholicare-koja-se-ne-propusta>

<https://www.jutarnji.hr/promo/slavonska-adresa-za-sve-gastro-soppingholicare-koja-se-ne-propusta-15031089>

<https://bit.ly/35q9qh5>.

<https://gtocka.com/slavonska-adresa-za-sve-gastro-soppingholicare-koja-se-ne-propusta/>

<https://www.ebrod.net/slavonski-brod/clanak/slavonska-adresa-za-sve-gastro-soppingholicare-koja-se-ne-propusta-34242.html>

[http://www.brodportal.hr/clanak/novi-rekord---137-novih-pozitivnih-osoba-u-brodsko-posavskoj-zupaniji-](http://www.brodportal.hr/clanak/novi-rekord---137-novih-pozitivnih-osoba-u-brodsko-posavskoj-zupaniji-27410?fbclid=IwAR1SmPv8IK5oHtPNecVT7UpTqM7Tc7kyrxh9bVvhgKSYU8SOcG1edK95tuA)

[27410?fbclid=IwAR1SmPv8IK5oHtPNecVT7UpTqM7Tc7kyrxh9bVvhgKSYU8SOcG1edK95tuA](http://www.brodportal.hr/clanak/novi-rekord---137-novih-pozitivnih-osoba-u-brodsko-posavskoj-zupaniji-27410?fbclid=IwAR1SmPv8IK5oHtPNecVT7UpTqM7Tc7kyrxh9bVvhgKSYU8SOcG1edK95tuA)

<https://hedonism-tourism.org/2020/11/12/slavonska-adresa-za-sve-gastro-soppingholicare-koja-se-ne-propusta/>

<https://turizam24.com/gastro-soppingholicari-u-slavoniji-dosli-na-svoje-autenticni-slavonski-ducen-koji-se-ne-propusta/>

<https://www.dnevno.hr/novac/video-otkrijite-ljepotu-brodsko-posavskog-kraja-1605549/>

<https://www.034portal.hr/prvi-autentican-slavonski-ducen-iz-nove-gradiske-hit-u-zagrebu-335>

<https://sbonline.net/prvi-autentican-slavonski-ducen-iz-nove-gradiske-hit-u-zagrebu-335>

https://zeljkab.blogspot.com/2020/11/slavonski-ducen-adersa-za-gastro.html?fbclid=IwAR2Z2UbYqeXGm6FBbHZzn50GqyrNJ7toMZUGmZchKPOtw7FtQ_7SVLi4ZiE
<https://www.menu.hr/turizam/slavonska-adresa-za-sve-gastro-sopingholicare-koja-se-ne-propusta/?fbclid=IwAR0VxEyN59bGbqzFGM9qFxb4iLeCZak7L7FFLRu5MDZSLko6yVOHGKlid0U>

Popis novinara koji su se odazvali prezentaciji;

1. Mihaela Huzanić, Jutarnji list
2. Sunčana Barušić, Dobra hrana
3. Rene Karaman, Menu.hr
4. Ribafish, gastro bloger
5. Gladni Mile, influencer
6. Vedran Bošković, gastro bloger
7. Dijana Carito Grgić, Vinum IN
8. Silvija Munda, Get Report
9. Andrea Šitum, Naturala
10. Melita Redžić Savičić, Večernji list
11. Anita Radovčić, Jolie
12. Đurđica Marković, Chicita
13. Slavica Šagolj, Gloria
14. Magda Deždek, Sensa
15. Mirjana Vidović, G točka
16. Marta Duić, Poslovni dnevnik

3. Prezentacija običaja vezanih uz svinjokolju uz pripremu sezonskih slavonskih specijaliteta od autohtone slavonske fajferice, dio su turističke ponude Brodsko-posavske županije u kojoj su 25. studenog uživali novinari i influenceri iz Zagreba

Novinari su doputovali u organizaciji PR agencije iz Zagreba te su obišli tvrđavu Brod, galeriju Ružić, Muzej tambure, trg Ivane Brlić Mažuranić i Franjevački samostan . Uz stručno vodstvo smo ih upoznali sa najvažnijim povijesnim i kulturnim znamenitostima. Nakon toga smo po njihovom odabiru i želji krenuli putem seoskim imanjima, a za pravi slow food doživljaj na slavonski način naša preporuka je bila OPG Kereković u Živikama u oriovačkom kraju.

Domaćin je organizirao i prezentirao slavonsku svinjokolju. U njihovom imanju smo podijelili tradicionalnu recepturu. Gosti su uživali u mirisnoj slavonskoj rakiji u ambijentalnom dvorištu u kojem dominira štagalj i stari ambar s podrumom u kojem će vas ponuditi graševinom i kulinom. Predstavili mogućnost da prespavate u apartmanu ili starinskoj sobici u ambaru, a oni hrabriji i na sijenu u štaglju.

„Jela koja nudimo poput kulina, kobasica, slanine..., dolaze iz vlastite proizvodnje. Kod nas možete jahati, provozati se u fижakeru, pecati u ribnjaku ili brodom zaploviti Savom. Na našem imanju imamo crne slavonske svinje i osam lipicanaca, a tipična slavonska jela serviramo u dva prostora. Ako je veća grupa u onom za dvjestotinjak ljudi a ako je manja u onom za četrdesetak“, istaknuo je Ivan Kereković, vlasnik imanja koji je posebno ponosan što su u

poslove na obiteljsko-poljoprivrednom gospodarstvu uključeni svi članovi obitelji. Neke od objava , u nastavku;

<https://www.kigo.hr/slow-food-na-slavonski-nacin/>

<https://hrb.com.hr/slow-food-na-slavonski-nacin/9225>

<https://www.menu.hr/turizam/tz-brodsko-posavske-zupanije-predstavila-slow-food-doživljaj-na-autenticnim-slavonskim-gospodarstvima/>

<https://get4u.hr/gastronomija/2827-slow-food-na-slavonski-nacin>

<https://gtocka.com/slow-food-na-slavonski-nacin/>

<https://www.vinumin.eu/post/slow-food-na-slavonski-na%C4%8Din>

<https://www.croatiaweek.com/slow-food-the-slavonian-way/>

<https://www.ebrod.net/slavonski-brod/clanak/turisticka-zajednica-brodsko-posavske-zupanije-predstavlja-obicaje-slavonskog-sela-34416.html>

<http://www.brodportal.hr/clanak/turisticka-zajednica-brodsko-posavske-zupanije-predstavlja-obicaje-slavonskog-sela-27536>

<https://explorecroatia.eu/blog/otkrijte-slow-food-na-slavonski-nacin/>

<https://radiong.hr/tz-brodsko-posavske-zupanije-predstavlja-obicaje-slavonskog-sela/>

<https://www.novagra.hr/opg-kerekovic-tz-brodsko-posavske-zupanije-predstavlja-obicaje-slavonskog-sela/>

<https://ribafish.com/slow-food-na-slavonski-nacin/>

<https://www.naturala.hr/tradicija-i-romantika-u-jednom-slow-food-na-slavonski-nacin/>

<https://chicita.eu/index.php?aLocation=clanak&aRecnr=2060&aRubrika=odmor%20i%20zabava&aNaslov=Slow%20food%20na%20slavonski%20na%C4%8Din>

<http://www.radioslavonija.hr/sadrzaj/bogata-gastro-ponude-slavonije-4117>

U svrhu promocije i izravnog upoznavanja s turističkim atrakcijama i karakteristikama prostora Brodsko – posavske županije u suradnji sa dionicima , institucijama, ustanovama i udrugama, ili sa srodnim sustavima kao što su HGK ili HOK ŽK Sl. Brod predstavljali smo i promovirali turističku ponudu na sajmovima , poslovnim radionicama i posebnim prezentacijama.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije, LTZ- Brodsko-posavska županija

Planirana sredstva: 42.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 42.794,05 kn

V. INTERNI MARKETING

Ukupno planirana sredstva: 15.500,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 14.083,00 kn

5.1. Edukacija

Imajući u vidu da je edukacija djelatnika jedna od osnovnih potreba za uspješnost provedbe programa i projekata. Početkom godine su stručni suradnici za opće i administrativne poslove pohađali i položili stručni ispit koji je obveza za djelatnike u turističkim zajednicama. Također smo u suradnji sa **VInMarKOn 30. Lipnja 2020.g.organizirali za vinare iz naše županije edukaciju na konferenciji o vinskom marketingu**. Panelisti su bili predstavnici relevantnih institucija i marketinški stručnjaci sa iskustvom u vinskom marketingu. Sudionici konferencije su bili predstavnici udruge vinogradara i voćara iz Cernika, udruge Sv. Vinko iz Starog Petrovog Sela. TZ BPŽ je za sudionike platila organizirani prijevoz i kotizaciju.

U kolozovu smo u suradnji sa tvrtkom DiWine Consulting u općini Garčin na Ranču Ramarin održala prezentaciju i okrugli stol pod nazivom "Vinski marketing". Prilikom prezentacije je uslijedio otvoreni razgovor o brendiranju Brodsko – posavske županije kao vinske destinacije . Prezentacija je vinarima i vinogradarima bila je prilika upoznati se s uslugama ove tvrtke i županijske TZ; nakon čega je uslijedio otvoreni razgovor o brendiranju Brodsko-posavske županije kao vinske destinacije, pri čemu su iznijeli svoje prijedloge, ideje, mišljenja i želje. Ciljevi ovog događanja bili su prvenstveno edukacija te otvorena, sadržajna komunikacija o temama koje imaju važan utjecaj na gospodarski plasman i pozicioniranje brodsko-posavskih vina na domaćem ali i regionalnom tržištu. Prezentaciju je vodila Irena Lučić, ispred tvrtke DiWine Consulting i urednica portala Vinoljupci. Nakon zajedničke prezentacije i okruglog stola organizirani su individualni inicijalni sastanci sa vinarima u njihovim kušaonicama ; **Ozren Kraljić i Vid Dubiel članovi Udruge vinogradara i voćara S. Vinko iz Starog Petrovog Sela, Zvonko Živković ispred Udruge vinogradara i voćara iz Cernika , Josip i Anja Galović – vina Ramarin iz Garčina, vina Hoborka udruga-Slavča iz Nove Gradiške.**

U razgovoru sa vinarima ustanovili smo trenutno stanje poslovanja nakon čega su se definirali budući ciljevi. Ovakav razgovor je obostrano koristan – osigurava dragocjene informacije i omogućuje nam dubinsko razumijevanje klijentovih stvarnih potreba, dok klijentu pruža iskustvo samoprocjene i samosagledavanja. Rezultati inicijalnog sastanka su jasno definirana mapa budućeg poslovanja te oblikovana vizija i misija te stvaranju konkurentnosti.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije, lokalne turističke zajednice
Planirana sredstva: 10.500,00 kn
Ostvareno u 2020. godini: 10.423,00 kn

5.2. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica s područja Brodsko-posavske županije

Sustav turističkih zajednica redovito komunicira, razmjenjuje informacije te se koordinira o svim bitnim pitanjima razvoja i promocije turizma na području Brodsko-posavske županije. Održali smo tri sjednice koordinacije sa gradskim i lokalnim TZ (ožujak, srpanj i studeni). Zadnju smo sjednicu održali online te je na njoj sudjelovala i pomoćnica ministrice turizma i sporta gđa: Elizabeta Dolenc. Intenzivno smo tijekom godine razmjenjivali i prosljeđivali e upute nadležnih i nadređenih u sustavu kao i Stožera civilne zaštite koje su se odnosile na mjere proizišle iz stanja oko pandemije Covid 19.

Također smo na razini kalastera Slavonija održali pet sjednica . U vrijeme posebnih mjera sjednice smo održavali online. Teme su bile primjena i implementacija novog Zakona o TZ, razvoj platforme Slavonija .travel, zajednički projekti i ostalo.

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.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije, lokalne turističke zajednice
Planirana sredstva: 5.000,00 kn
Ostvareno u 2020. godini: 3.660,00 kn

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Ukupno planirana sredstva: 12.100,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 12.063,00 kn

TZ BPŽ zajedno sa sustavom TZ uspješno koristi jedinstveni sustav prijave/odjave gostiju e Visitor. Također, redovito pratimo i ostale statističke podatke o kapacitetu i popunjenosti naših smještajnih kapaciteta. TZ Brodsko – posavske županije vodi poslove vezano za objekte na području gdje postoje smještajni objekti ali nije ustrojena Turistička zajednica. Također smo u stalnoj komunikaciji s kolegama iz lokalnih TZ , te smještajnim objektima oko svih aktivnosti vezanih za sustav eVisitor.

6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

TZ Brodsko – posavske županije radila je na učinkovitoj online komunikaciji kako bi sve turističke sadržaje učinila što dostupnijima .

HTZ je pokrenuo projekt digitalizacije hrvatskog turizma u sklopu kojeg je u izradi novi web portal Croatia.hr . U ovom projektu smo tijekom godine dostavljali i kreirali relevantne informacije za područje naše županije. Koncept HTZ je da svaka destinacija ima domenu te bi se sve domene koje trenutno koristimo nakon publiciranja novog weba Croatia.hr , mogli preusmjeriti na nove poddomene Dostavili smo im (tekstove, fotografije, suglasnosti za fotografije, video materijale..).Također smo financirali prijevod za tekstove i lekture .

Temeljem suradnje sa sa Vision One d.o.o. nadogradili smo postojeću aplikaciju interaktivne rute u mobilnoj aplikaciji.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 7.500,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 7.487,50 kn

6.2. Formiranje baze podataka

U suradnji sa PR agencijom formirali kreativne tekstove za prilagodbu platformi „stories“, medijske objave i slično.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 2.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini; 2.000,00 kn

6.3. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

TZ Brodsko – posavske županije posjeduje bazu fotografija koja se redovito dopunjava novim fotografijama. U 2020.g. smo ju dopunili između ostalog i sa grafičkim dizajnom – banera (ispis na polipropilen film dimenzija 95,5, x 235,5 cm), koji nam je zamjena za standardne bannere prilikom uređenja štandova na sajmovima i prezentacijama. Folije su obostrano ljepljive te je upotreba višegodišnja i praktična.

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije

Planirana sredstva: 2.600,00 kn

Ostvareno u 2020. godini: 2.575,83 kn

VII. POSEBNI PROGRAMI

Ukupno planirana sredstva: 70.000,00 kn

Ostvareno u 2020 godini;70.875,83 kn

7.1. Brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih doživljaja te poticanje razvoja turizma u manje razvijenim područjima županije

TZ Brodsko – posavske županije prati i prijavljuje projekte te informira LTZ i sve dionike koji se bave turizmom ili djelatnostima koje direkto ili indirektno imaju doticaj sa turizmom.

Najvažniji natječaj za turističke zajednice i sufinanciranje razvojnih projekata je natječaj za potpore turističkim zajednicama na TNP koji raspisuje HTZ je izostao zbog okolnosti izazvanih pandemijom te rebalansom proračuna HTZ. Stoga smo pristupili racionalnom usklađivanju svih aktivnosti te smo realizirali projekte koje smo planirali iz izvora za ciljane projekte iz vlastitih sredstava sukladno Planu i programu rada za 2020.g.

- **Brendiranje Brodsko – posavske županije i izrada promotivnih alata za primjenu novog vizualnog identiteta i brenda**

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije, u skladu s novim brand konceptom Slavonije i prijedlogom brenda Brodsko – posavske županije izradila nove promocijske konstante , poruke i priče koje će komunicirati „prostor susreta kultura“, Odabir ikona i simbola u skladu je sa brand konceptom koji će se koristiti u svim promocijskim aktivnostima i materijalima. Kako se navodi u poglavlju(7.5. Strategija komunikacije ikone i simboli) Marketinški plan turizma BPŽ 2019-2025., odnose se na glavne attribute Županije , koji ističu njene jedinstvenosti i uklapaju se u brand Slavonija. ; život uz Savu, očuvana priroda, u mirnoj oazi sela, kontinuitet života, „tipična ruralna arhitektura“ i dr. . Uz to su izrađene i poruke koje prenose brand koncept . Sukladno tome TZ BPZ kreirala je novi vizualni identitet, logotip na hrvatskom jeziku i u još dvije jezične varijante engleskom i njemačkom jeziku ... i brand booka; definirala znak, paletu boja i tipografiju, animiranu verziju logotipa, dizajn i izradu online knjigu standarda, dizajn i izradu posjetnice, memoranduma, mape, vrećice i kreativni slogan.

Novi logo i slogan temeljeni su na novom konceptu ključnih promotivnih alata TZ BPŽ. S ciljem kvalitetnog i prepoznatljivog brendiranja i promocije kao prepoznatljive turističke destinacije a koji je 2019. godine izradio Institut za turizam, sve navedene aktivnosti

predložene su dokumentom Marketinški plan turizma Brodsko – posavske županije 2019-2025.g. poglavlje 7.5. Strategija komunikacije te poglavlje ; promocijske konstante , ikone i simboli . Uz vizualni identitet TZ BPŽ u budućnosti će koristiti i vizualni identitet Slavonije kao turističke destinacije. Također je važno istaknuti i poglavlje 9. Strategiju komunikacije i 9.1. „Strateškog marketinškog plana Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019-2025. Plan aktivnosti brenda BPŽ prilagođen je u online, offline i marketing aktivnostima TZ BPŽ.

Sudjelovali smo u sufinanciranju brošure koju je izdala TZ Nove Gradiške. Turističko vijeće TZ BPŽ je odobrilo i financijsku potporu OPG Staklarević za pripremu i realizaciju projekta snimanja TV emisije „Život je na vagi“. Također smo podržali projekt kampanje putem društvenih mreža sa ciljem vidljivosti destinacije i posebnih turističkih niša na način da smo nagradili šest dionika koji su točno odgovorili na pitanja a koja se odnose na ključne turističke proizvode naše Županije. Koncept nagrada je bio da su putem poklon bonova iskoristili boravak i večeru te po mogućnosti i dodatne usluge ukoliko (vožnja zapregama, jahanje, wellnes Odabir nagrađenih je bio metodom slučajnog odabira krajem svakog tjedna a odvijalo se u šest ciklusa.

VIII. OSTALO

Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije, Brodsko-posavska županija

Planirana sredstva: 4.000,00 kn

Ostvareno u 2020. godini; 8.358,41 kn

Sa ove pozicije smo financirali projekt Udruge ENAS iz Sl. Broda koja se bavi spojem umjetnosti i sporta , oslikavanjem dijelova grada omiljenih za šetnju . U kontekstu intenzivnih kontakata u okruženju i sudjelovanje u projektima koje nismo mogli predvidjeti; zamolbe za angažman stručnog vođenja i obilazak destinacije uz stručno vodstvo vodiča, prigodni oglasi, sufinanciranje i izrada suvenira, prigodnih poklona i materijala.

IX. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE TZ BPŽ ZA 2020. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Ostvareno 2019.	Plan 2020.	Ostvareno 2020.	Indeks 2020. u %	Udio 2020. u %
1.	Prihod od boravišne pristojbe	73.751,73	71.000,00	71.443,52	100,63	5,54
2.	Prihodi od turističke članarine	170.531,99	195.000,00	195.289,68	100,14	15,12
3.	Prihodi iz proračuna BPŽ	647.500,00	621.000,00	621.000,00	100,00	48,09
3.1.	Za programske aktivnosti:	350.000,00	310.000,00	310.000,00	100,00	24,01
	- Posebne prezentacije i sajmovi klastera Slavonija – pet slavonskih županija					
	- Samostalni nastupi na sajmovima i posebne prezentacije TZ Brodsko – posavske županije					
	- Udruženo oglašavanje; nositelj TZ Brodsko – posavske županije					
	- Brendiranje i formiranje ponude jedinstvenih turističkih doživljaja					
3.2.	Za funkcioniranje turističkog ureda	297.500,00	311.000,00	311.000,00	100,00	24,08
4.	Prihodi od drugih aktivnosti (HTZ – potpore)	635.270,20	265.358,29	265.358,29	100,00	20,55
5.	Prijenos prihoda iz prethodne godine	81.011,22	101.293,94	101.293,94	100,00	7,84
6.	Ostali nespomenuti prihodi	60.431,58	36.900,00	36.943,37	100,11	2,86
	UKUPNO PRIHODI	1.668.496,72	1.290.552,23	1.291.328,80	100,06	100,00

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Ostvareno 2019.	Plan 2020.	Ostvareno 2020.	Indeks 2020. u %	Udio 2020 u %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	442.780,55	468.060,00	469.323,06	100,26	45,51
1.	Materijalni rashodi	18.094,75	6.770,00	9.325,25	137,74	0,90
2.	Rashodi ureda	36.454,47	23.490,00	23.996,94	102,15	2,33
3.	Rashodi za zaposlene	351.905,44	370.000,00	366.845,08	99,14	35,57
4.	Rashodi za rad sjednica	12.575,59	7.000,00	7.398,81	105,69	0,72
5.	Nematerijalni rashodi	14.062,50	20.800,00	20.800,00	100,00	2,02
6.	Ostali izdaci- amortizacija	9.687,80	40.000,00	40.956,98	102,39	3,97
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	290.774,00	140.000,00	144.424,05	103,16	14,00
2.1.	Potpora događanjima i manifestacijama	191.468,84	51.500,00	51.551,94	100,10	5,00
2.2.	Potpora razvoju DMO i DMC	23.849,30	25.000,00	28.219,80	112,87	2,74
2.3.	Projekti i programi za nerazvijene; održivost i razvoj postojećih i novih turističkih proizvoda	17.100,12	32.000,00	33.586,00	104,95	3,25
	Turistička signalizacija (potpora od HTZ-a)	-	-	-	-	-
2.4.	Turistička tradicija	27.305,78	8.500,00	8.742,58	102,85	0,85
2.5.	Autohtoni proizvodi, gastronomija	27.728,00	22.000,00	21.473,73	97,60	2,08
2.6.	Tranzitni turizam	3.321,96	1.000,00	850,00	85,00	0,08
III.	KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI (A+B)	586.357,97	236.000,00	227.956,27	95,59	22,10
A	ONLINE KOMUNIKACIJE	19.210,00	15.000,00	14.340,00	95,60	1,39
	Internet oglašavanje	-	-	-	-	-
3.1.	Održavanje i ažuriranje web stranice, digitalni marketing i facebook kampanja	19.210,00	15.000,00	14.340,00	95,60	1,39
B	OFFLINE KOMUNIKACIJE	567.147,97	221.000,00	213.616,27	96,65	20,71
3.2.	Oglašavanje u tisku i medijima	18.950,00	26.000,00	25.312,50	97,35	2,45
3.3.	Udruženo oglašavanje	417.217,99	130.000,00	124.774,31	95,98	12,09
3.4.	Studijska putovanja – suradnja sa studentima i učenicima srednjih škola	9.198,25	6.000,00	5.750,00	95,83	0,56
3.5.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	8.437,63	25.000,00	25.072,00	100,28	2,43
3.6.	Brošure, tiskani materijali	57.848,60	12.000,00	11.650,00	97,08	1,13
3.7.	Kandidatura i dopuna turističkog filma	44.058,00.	12.000,00	11.501,21	95,84	1,12
3.8.	Info table i dopuna smeđe signalizacije	11.437,50	10.000,00	9.556,25	95,56	0,93
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOST	158.078,53	84.000,00	84.265,43	100,31	8,17

4.1.	Sajmovi i posebne prezentacije u inozemstvu	67.908,67	42.000,00	41.471,38	98,74	4,02
4.2.	Sajmovi i posebne prezentacije u Hrvatskoj	90.169,86	42.000,00	42.794,05	101,89	4,15
V.	INTERNI MARKETING	12.245,29	15.500,00	14.083,00	90,85	1,37
5.1.	Edukacija	5.145,15	10.500,00	10.423,00	99,26	1,02
5.2.	Koordinacija sa TZ iz sustava BPŽ	7.100,14	5.000,00	3.660,00	73,20	0,35
VI.	MARKENTIŠKA INFRASTRUKTURA	10.562,50	12.100,00	12.063,00	99,69	1,17
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	4.187,50	7.500,00	7.487,50	99,83	0,73
6.2.	Formiranje baze podataka	2.875,00	2.000,00	2.000,00	100,00	0,19
6.3.	Banka fotografija i grafičkih priprema	3.500,00	2.600,00	2.575,50	99,05	0,25
VII.	POSEBNI PROGRAMI	50.008,50	70.000,00	70.875,83	101,25	6,87
7.1.	Poticanje i pomaganje turizma u manje razvijenim područjima županije	50.008,50	70.000,00	70.875,83	101,25	6,87
VIII	OSTALO	16.395,44	4.000,00	8.358,41	208,96	0,81
8.1.	Ostalo	16.395,44	4.000,00	8.358,41	208,96	0,81
UKUPNO RASHODI		1.567.202,78	1.029.660,00	1.031.349,05	100,16	100,00
RAZLIKA PRIHODA I RASHODA		259.979,75				
101.293,94 + 158.685,81 (2020.g)						

PODACI O ZADUŽENJU I UPLATI BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA 2020.g

Objekt lokacija Grad općina	Zaduženo	Uplata	Razlika
Brodski Stupnik	8.643,50	9.774,00	-1.130,50
Cernik	1.682,00	1.281,00	401,00
Garčin	3.601,00	3.064,00	537,00
Gundinci	1.050,00	1.050,00	0,00
Nova Gradiška	37.247,00	38.543,00	-1.296,00
Nova Kapela	2.493,00	2.146,92	346,08
Okučani	8.236,00	5.051,00	3.185,00
Oprisavci	1.544,00	488,00	1.056,00
Oriovac	3.675,00	2.955,00	720,00
Rešetari	22.814,50	23.413,00	-598,50
Sibinj	6.255,00	6.913,00	-658,00
Slavonski Brod	151.042,50	156.279,00	-5.236,50
Staro Petrovo Selo	5.357,50	4.454,00	903,50
Velika Kopanica	3.223,00	3.055,00	168,00
Ukupno	256.864,00	258.466,92	-1.602,92

PODACI O NOĆENJU I DOLASCIMA TURISTA PO TZ

	01.01.2020.-31.12.2020.		01.01.2019.-31.12.2019.		Godišnji indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Brodski Stupnik, TZO	684	1.072	1.308	1.551	52,29%	69,12%
Brodsko-posavska županija, TZŽ	2.331	4.715	4.798	8.271	48,58%	57,01%
Cernik, TZO	60	288	65	329	92,31%	87,54%
Garčin, TZO	325	427	476	1.406	68,28%	30,37%
Nova Gradiška, TZG	2.236	5.994	3.439	6.249	65,02%	95,92%
Nova Kapela, TZO	193	471	639	1.007	30,20%	46,77%
Oriovac, TZO	225	940	349	750	64,47%	125,33%
Slavonski Brod, TZG	11.040	23.383	25.494	43.419	43,30%	53,85%
Staro Petrovo Selo, TZO	546	554	1.269	1.451	43,03%	38,18%
Ukupno:	17.640	37.844	37.837	64.433	46,62%	58,73%

DRŽAVE S NAJVEĆIM OSTVARENIM BROJEM NOĆENJA (USPOREDBA S 2019.)

	01.01.2020.-31.12.2020.		01.01.2019.-31.12.2019.		Godišnji indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
1.	Hrvatska (9.153)	Hrvatska (21.757)	Hrvatska (14.991)	Hrvatska (28.515)	Hrvatska (61,06%)	Hrvatska (76,3%)
2.	Njemačka (1.161)	Njemačka (2.041)	Njemačka (3.424)	Njemačka (5.663)	Njemačka (33,91%)	Njemačka (36,04%)
3.	Bugarska (1.140)	Bosna i Hercegovina (1.880)	Bugarska (2.717)	Italija (3.340)	Bugarska (41,96%)	Bosna i Hercegovina (74,07%)
4.	Italija (733)	Bugarska (1.283)	Italija (1.907)	Bugarska (3.035)	Italija (38,44%)	Bugarska (42,27%)
5.	Bosna i Hercegovina (655)	Italija (1.145)	Bosna i Hercegovina (1.395)	Bosna i Hercegovina (2.538)	Bosna i Hercegovina (46,95%)	Italija (34,28%)
6.	Srbija (521)	Srbija (1.097)	Srbija (1.163)	Srbija (2.048)	Srbija (44,8%)	Srbija (53,56%)
7.	Francuska (433)	Poljska (885)	Slovenija (1.098)	Slovenija (1.742)	Francuska (51,86%)	Poljska (63,95%)
8.	Slovenija (416)	Slovenija (801)	Austrija (1.010)	Austrija (1.544)	Slovenija (37,89%)	Slovenija (45,98%)
9.	Švicarska (340)	Češka (733)	Švicarska (977)	Poljska (1.384)	Švicarska (34,8%)	Češka (116,72%)
10.	Austrija (310)	Francuska (693)	Rumunjska (840)	Švicarska (1.332)	Austrija (30,69%)	Francuska (59,95%)
	Ostalo (2.778)	Ostalo (5.529)	Ostalo (8.315)	Ostalo (13.292)	Ostalo (33,41%)	Ostalo (41,6%)

BROJ OBJEKATA, SMJEŠTAJNIH JEDINICA I KREVETA PREMA LOKACIJI (GRADOVIMA I OPĆINAMA) U 2020.GODINI

Objekt lokacija Grad općina	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj objekata
Brodski Stupnik	19	41	2
Cernik	21	84	7
Garčin	40	97	5
Gornji Bogićevci	8	16	1
Gundinci	3	6	1
Nova Gradiška	70	142	15
Nova Kapela	13	34	6
Okučani	25	49	4
Oprisavci	5	8	2
Oriovac	24	51	5
Rešetari	23	53	2
Sibinj	27	59	4
Slavonski Brod	354	823	64
Stara Gradiška	6	12	1
Staro Petrovo Selo	20	32	2
Velika Kopanica	33	68	4
Ukupno	691	1.575	125

BROJ NOĆENJA PREMA VRSTI OBJEKATA U 2020. GODINI

	01.01.2020.-31.12.2020.		01.01.2019.-31.12.2019.		Godišnji indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	9.197	16.944	20.573	32.849	44,70%	51,58%
Kampovi	-	-	-	-	-	-
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	158	972	647	1.183	24,42%	82,16%
Objekti u domaćinstvu	3.015	9.369	5.216	11.158	57,80%	83,97%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	5.232	9.671	11.401	19.243	45,89%	50,26%
Ostalo	-	-	-	-	-	-
Restorani	-	-	-	-	-	-
Ukupno komercijalni smještaj:	17.602	36.956	37.837	64.433	46,52%	57,36%
Nekomercijalni smještaj	38	888	-	-	-	-
Nautika	-	-	-	-	-	-
Ukupno:	17.640	37.844	37.837	64.433	46,62%	58,73%

PROSJEČNA GODIŠNJA POPUNJENOST PREMA VRSTI OBJEKTA U 2020. GODINI

Objekt Vrsta objekta	Prosječna popunjenost po krevetima
Hoteli	9,31%
Nekomercijalni smještaj	4,67%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	5,77%
Objekti u domaćinstvu	11,35%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	3,54%
Restorani	0,00%
Ukupno	6,58%

U Slavonskom Brodu , veljača 2021.g.

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

