



Turistička zajednica  
BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE  
Trg Pobjede 26a

***IZVJEŠĆE O IZVREŠENJU GODIŠENJEG  
PROGRAMA RADA***

*TURISTIČKE ZAJEDNICE  
BRODSKO – POSAVSKE ŽUPANIJE  
ZA 2022. GODINU*

*Slavonski Brod, veljača 2023. godine*

## SADRŽAJ

<b>UVODNE NAPOMENE</b> .....	<b>3</b>
<b>RASHODI</b> .....	<b>7</b>
<b>OSTVARENI PRIHODI</b> .....	<b>6</b>
<b>RASHODI</b> .....	<b>7</b>
<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b> .....	<b>13</b>
<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b> .....	<b>24</b>
<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b> .....	<b>26</b>
<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b> .....	<b>27</b>
<b>REALIZACIJA SREDSTAVA - tablični prikaz</b> .....	<b>31</b>
<b>PODATCI O DOLASCIMA, POPUNJENOSTI I NOĆENJU - tablični prikaz</b> .....	<b>34</b>

## UVODNE NAPOMENE

Sukladno članku 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN52/19 i 42/20), Skupština turističke zajednice dužna je svake godine do kraja ožujka tekuće godine donijeti izvješće o izvršenju programa rada za prethodnu godinu.

Izvješće o izvršenju programa rada izrađuje se po jedinstvenoj metodologiji i obvezatnim uputama koje donosi Ministarstvo turizma i sporta na prijedlog Hrvatske turističke zajednice. Predmetno izvješće obavezno sadrži podatke o izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka, izdacima njihova izvršenja, izdacima za poslove stručne službe i rada tijela turističke zajednice, ostvarenju prihoda po izvorima, financijskom rezultatu poslovanja, usporedbu financijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja, analizu i ocjenu izvršenja programa te procjenu učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma.

Na području BPŽ djeluje pet lokalnih turističkih zajednica koje su ujedno i članice TZ BPŽ, to su; turističke zajednice gradova Nove Gradiške i Slavenskog Broda te općina Garčin, Cernik i udružena TZ Meridijana Slavonica koja obuhvaća općine Oriovac, Brodski Stupnik i Novu Kapelu.

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije tijekom 2022. godine je realizirala i provodila aktivnosti proizašle iz zadaća regionalnih turističkih zajednica propisanih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN52/19 i 42/20). Također je osnovne programske zadatke podnijela nadležnim tijelima i to izvješća o;

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

Također je važno istaknuti da su polazišne osnove Programa rada za 2022.g. bile primarno strateški ciljevi hrvatskog turizma; promotivno vrednovanje identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu, obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala te očuvanje nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti i kvalitetni turizam u suglasju s održivim razvitkom.

Tijekom 2022. godine TZ BPŽ je realizirala i niz aktivnosti u sustavu turističkih zajednica;

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

- obrada podataka i izvješćivanje o ostvarenom turističkom prometu na području Brodsko – posavske županije

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

Turistička zajednica BPŽ ima tri zaposlena djelatnika; direktoricu zajednice Brodsko – posavske županije, višu stručnu suradnicu za projekte financirane iz vlastitih sredstava, EU fondova i nacionalnih fondova i stručnog suradnika za opće i administrativne poslove, koji čine Stručnu službu.

Direktorica turističke zajednice zastupa turističku zajednicu, organizira i rukovodi radom i poslovanjem turističke zajednice, provodi odluke turističkog vijeća turističke zajednice i u granicama utvrđenih ovlasti odgovorna je za poslovanje i zakonitost rada turističke zajednice.

U nastavku ovog izvješća slijedi metodološki pregled radnih aktivnosti djelatnika u kontekstu realizacije i sadržaja Godišnjeg programa rada TZ Brodsko – posavske županije za 2022.g. s financijskim planom koji je usvojen od strane Skupštine TZ BPŽ na sjednici održanoj 14. 12. 2021.g.

Vođenje knjigovodstva Turističke zajednice Brodsko-posavske županije temeljem ugovora je povjereno tvrtki „M- Biro“ iz Slavonskog Broda.

### **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.

## PODATCI O TURISTIČKOM NOĆENJU ZA 2022.g. ( USPOREDBA S 2021.g.)

Turist država prebivališta Domaći/strani	Broj noćenja 2022.	Broj noćenja 2021.	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka 2022.	Broj dolazaka 2021.	Broj dolazaka Indeks
Domaći	29.095	27.303	106.56	15.329	13.586	112.98
Strani	38.213	24.339	157.00	23.739	14.117	168.16
<b>Ukupno</b>	<b>67.308</b>	<b>51.642</b>	<b>130,34</b>	<b>39.068</b>	<b>27.703</b>	<b>141,02</b>

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2022.g. u Brodsko-posavskoj županiji sustav eVisitor je evidentirao **41,02% više dolazaka turista u odnosu na 2021.g.**

Bilježimo 39.068 dolazaka u 2022.g. u odnosu na prethodnu 2021.g. godinu kada je zabilježeno 27.703 dolazaka turista. Evidentno je da raste broj **agencijskih organiziranih dolazaka** i to **za 164%** u odnosu na prethodnu godinu. Rezultat je to kontinuiranog ulaganja u promociju naše destinacije kao i ulaganje u kvalitetu sadržaja i obogaćivanje raznolikosti sadržaja turističkih proizvoda ali i potpora turističkim agencijama koje TZ Brodsko – posavske županije putem Javnog poziva subvencionira za područje Brodsko – posavske županije. Recept za dobre rezultate je sinergija svih dionika u turizmu.

Što se tiče **noćenja turista** bilježimo **30,34% više noćenja domaćih i stranih gostiju nego u istom razdoblju prošle godine.** Ove godine ostvareno je 67.308 **noćenja**, dok je u istom razdoblju 2021. ostvareno 51.642 noćenja. Prema strukturi stranih turista eVisitor sustav bilježi slijedeće rezultate; prvo su gosti po broju ostvarenih noćenja iz Njemačke, Austrije, Švicarske, Bugarske, Srbije, BiH, Italije, Francuske, Slovenije, Nizozemske, Poljske, Danske i Mađarske. Ukupan broj smještajnih objekata na kraju godine je 1.759 dok je broj objekata je 170. Tijekom 2022.g. su registrirana **23 nova objekta** sa ukupno 100 dodatnih ležajeva u odnosu na prethodnu godinu.

**Ohrabruje i činjenica da smo po broju noćenja u promatranom razdoblju zabilježili porast od 4,0% u odnosu referentnu pred pandemijsku 2019. kada smo ostvarili 64.433 noćenja.**

Tablica 2: DOLASCI I NOĆENJA TURISTA OD 2016- 2022. (DO 31. 12. 2022. godine.)

Vrijeme Godina	Broj dolazaka	Broj noćenja
01.01.2016-31.12.2016	26.678	49.175
01.01.2017-31.12.2017	28.851	53.409
01.01.2018.- 31.12.2018	35.145	59.774
01.01.2019.- 31.12.2019.	37.837	64.433
01.01.2020.- 31.12.2020.	17.705	37.933
01.01.2021.- 31.12.2021.	27.703	51.642
<b>01.1.-31.12. 2022.</b>	<b>39.068</b>	<b>67.308</b>

Izvor: E Vizitor, prosinac 2022.g.

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

## OSTVARENI PRIHODI

		PRIHODI	Plan za 2022.	Rebalans 2022.	Realizirano 2022.	Indeks Rea/Reb	Struktura realiz. 2022. %
1.		<b>Izvorni prihodi</b>	<b>300.000,00</b>	<b>372.000,00</b>	<b>407.033,06</b>	<b>109,42</b>	<b>16,46</b>
	1.1.	Turistička pristojba	100.000,00	165.000,00	171.773,40	104,11	6,94
	1.2.	Članarina	200.000,00	207.000,00	235.259,66	113,65	9,52
2.	2.1.	<b>Prihodi iz proračuna općine/grada/županijskog i državnog</b>	<b>700.000,00</b>	<b>700.000,00</b>	<b>701.000,00</b>	<b>100,14</b>	<b>28,33</b>
	2.2.	HTZ Sredstva za regionalne TZ potpore TNP – 3 projekta	-	645.212,80	645.212,80	100,00	26,09
	2.3.	HTZ Sredstva za LTZ potpore TNP – 15 projekata- transfer HTZ	-	629.460,00*	629.460,00*	100,00	-
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	200.000,00	113.654,09	113.654,09	100,00	4,60
4.		Prihodi iz EU fondova	18.000,00	54.564,02	44.645,20	81,84	1,81
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	-	-	-	-	-
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	300.000,00	538.292,98	538.292,98	100,00	21,76
7.		Ostali prihodi	100,00	16.000,00	23.570,84	147,32	0,95
		<b>Ukupni prihodi</b>	<b>1.518.100,00</b>	<b>2.439.723,89</b>	<b>2.473.408,97</b>	<b>101,38</b>	<b>100,00</b>

### 1. Izvorni prihodi

Prihodi od **članarina i turističke pristojbe** smo bazirali na postotku ostvarenja u 2021.g.

Realizacija izvornih prihoda;

Turistička pristojba – 171.773,40kn

Članarina – 235.259,66kn

Naplata turističke članarine je velik problem predstavljaju znatna dugovanja koja će uopće biti teško naplativa radi stanja pravnih i fizičkih osoba na koje se odnose. Evidenciju i praćenje naplate vrši Ministarstvo Financija – nadležna porezna uprava. Naplata boravišne pristojbe prati se svakodnevno putem sustava eVisitor u koji uvid ima i Carinska uprava zadužena za nadzor i praćenje naplate boravišne pristojbe.

### 2. Prihodi od proračuna županije i državnog proračuna

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

- Realizacija prihoda za programe je iznosila –380.000,00 kn a realizacija prihoda za rad stručne službe TZ BPŽ -321.000,00 kn – ukupno 701.000,00kn
- HTZ sredstva za regionalne TZ potpore TNP za 3 projekta – 645,212,80kn
- HTZ sredstva za LTZ potpore TNP potpore za 15 projekata -629.460,00 kn \*

3. Prihodi os sustava turističkih zajednica – 113.654,09kn

4. Prihodi od EU fondova – 44.645,20 kn

Prihodi tijekom 2022. od refundacije sredstava od projekta u kojem smo partner zajedno sa općinom Vrpolje ,refundacija dijela za bruto plaću direktorice koja je bila koordinator brandinga projektnog tima u ime TZ BPŽ kod kandidature i realizacije ovoga projekta.

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti - TZ BPŽ kao neprofitna organizacija ne obavlja gospodarsku djelatnost
6. Preneseni prihodi iz prethodne godine – 538.292,98 kn
7. Ostali prihodi se odnose na udio LTZ u participaciji zajedničkih troškova te sufinanciranje općine Sibinj u projektu turističke infrastrukture - 23.570,84 kn

## **RASHODI**

### **1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

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

TZ Brodsko – posavske županije je aplicirala na javni natječaj za projekte regionalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinent u 2022 . godini iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Odobrena su nam sredstva za projekt „**Strategija razvoja turizma i marketinški plan Brodsko – posavske županije do 2030.g.**“ u iznosu od **146.000,00 kn** . Izvršitelj za izradu ovoga strateškog dokumenta je bio Institut za turizam iz Zagreba. Projekt je uspješno realiziran . Također smo bili i partner na razini kalstera Slavonija gdje smo zajedno sa ostalih četiri TZ županija aplicirali na fond za udružene turističke zajednice te izradili zajedno „**Strateški i operativni plan razvoja outdoor segmenta (ponude aktivnog turizma) na području turističkog klastera Slavonija do 2027**“ godine ali i novi Vizualni identitet turističke regije Slavonija. Za ova dva projekta također su odobrena sredstva od HTZ ali na razini kalstera Slavonija tako da je preostali dio sredstava svaka TZŽ platila u iznosu od 1/5.



**Nositelj; TZ Brodsko – posavske županije, HTZ, Klaster Slavonija  
Realizacija ; 216.608,58 kn**

### **1.2. Istraživanje i analiza tržišta:**

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

Ovom analizom evidentan je interes za njihovim pristajanjem u budućem putničkom pristaništu u Slavonskom Brodu kao i prioritarno ulaganje za infrastrukturne objekte. Analiza je potvrdila interes kruzing kompanija za programima u destinaciji s ciljem oblikovanja itinerera. Ostvareni cilj aktivnosti je da smo u 2022.g. pristupili **zajedničkog vizuala i jarbola za putnička pristaništa u tri TZ županija i to; OBŽ, VSŽ i BPŽ.**

Na unutarnjim vodnim putovima RH otvoreno je 5 putničkih pristaništa na Dunavu i Dravi, a u izgradnji su 2 pristaništa na rijeci Savi. Infrastrukturno putnička pristaništa udovoljavaju svim propisima za siguran prihvata putnika, ali su projektna rješenja bila različita što je rezultiralo vizualno neujednačenim izgledom pristaništa bez istaknutih obilježja države i mjesta pristajanja.

Ostvaren je cilj te izrađen zajedničko vizualno obilježje za sva putnička pristaništa koje će pridonijeti prepoznatljivosti destinacije od strane putnika u međunarodnim riječnim krstarenjima s jedne strane kao i vizualnom ujednačavanju izgleda samih pristaništa s druge strane. Što se tiče odredbi Pravilnika u projektu Okusi hrvatske tradicije u listopadu smo u suradnji sa tvrtkom Vall DMK 042 iz Varaždina proveli nadzor putem članova povjerenstva te utvrdili analizu provedbe odredbi Pravilnika i projekta.

**Nositelji; TZ Brodsko - posavske županije , TZ Vukovarsko srijemske i TZ Osječko baranjske županije.**

**Realizacija ; 2.881,35 kn**

### **1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:**

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

## **2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**

### **2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:**

### **2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:**

U 2022. Godini TZ Brodsko – posavske županije je nastavila suradnju sa predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji . U sklopu nacionalnog projekta „Okusi tradicije“ te njegove jasnije prepoznatljivosti kroz promociju sadržaja ali i nositelja standarda (restorani i hoteli/), organizirali smo promotivna događanja posvećeno autohtonoj hrani, sljubljivanja jela i vina. Sadržaj projekta je usmjeren na razvoj ponude lokalnih i regionalnih kulinarskih specijaliteta i prepoznatljivosti, brendiranje, i umrežavanje ponude, promociju i propagandu sudionika nosioca standarda „Okusi hrvatske



tradicije- Okusi graničarskog psavlja“ te sustavni razvoj turističke ponude i novih turističkih proizvoda na području gastronomije.

Kao i prethodnih godina nosioci standarda /restorani su sudjelovali u manifestaciji „**Dani Okusa hrvatske tradicije**“ kao i **zajedničke promotivne i propagandne aktivnosti. Ovaj nacionalni projekt je ujedno do sada najveća programska suradnja u okviru sustava turističkih zajednica kada je u pitanju eno gastro ponuda.**

Sve planirane aktivnosti utvrđene na sjednici Savjeta realizirane su u okvirima planiranih sredstava u ukupnom iznosu od 105.634,00 kn (planirano 106.400,00 kn). Obračun troškova po Županijama sačinjen je tako da je ukupan iznos troška kampanje od 90.000 kn (Agencija KPR, blogeri, pressica, vizual) podijeljen sa brojem nosioca standarda kako bi se dobio iznos po jednom nosiocu. Za svaku Županiju taj je iznos pomnožen s pripadajućim brojem nosioca standarda, tome je dodan iznos od 550 kn troška za pripremu banneri i digitalnog prospekta županije, te iznos od 90 kn troška obrade i pripreme jelovnika za svakog nosioca standarda uključenog u kampanju Dane okusa. Tako utvrđeni iznos na fakturi uveća za 1.600 kn po županiji na ime troškova realizacije VIP suvenir-poklon kutija.

TZ Brodsko – posavske županije ukupno ima 14 nositelja standarda . U projekt je uključeno 11 turističkih zajednica županija te je ukupno cca 110 restorana na nacionalnoj razini.

TZ BPŽ je u 2022.g. nastavila suradnju Sporazum sa tvrtkom „Kreativna koka“ – obrt za promociju i marketing koja ima vlastiti gastro blog. Imajući u vidu da je motiv dolaska eno gastro ponuda visoko rangirana , nastaviti ćemo brendiranje eno gastro ponude te promovirati destinaciju kao autohtono i autentično eno gastro odredište

**Nositelji: TZ BPŽ i tvrtka DMK Vall 042 d.o.o.**

**Realizacija : 31.657,49 kn**

### **2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:**

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

Turističko vijeće je 30. ožujka 2022.g u travnju donijelo Odluku o raspisivanju Internog poziva za dodjelu potpora iz programa za kandidiranje manifestacija i događanja za 2022.g. a u lipnju je donijelo Odluku o potporama temeljem prijava putem Internog poziva za kandidature manifestacija i događanja u 2022.godini .

Potpore su isplaćene sukladno i Ugovorima sa korisnicima sredstava u ove dvije kategorije; Top manifestacije i Nove manifestacije.

## TOP MANIFESTACIJE

PODNOŠITELJ ZAHTJEVA	VRSTA MANIFESTACIJE	NAZIV MANIFESTACIJE	VRIJEME ODRŽAVANJA	IZNOS POTPORE U KN
KUD „Luka Ilić- Oriovčanin“	Tradicijska -etno	20. Oriovačke žetvene svečanosti	24.-26.6.22.	3.000,00
KUD „Matija Antun Reljković“	Eno - gastronomska	Ribarske večeri u Davoru	5. i 6.8.22.	10.000,00
Turistička zajednica Općine Garčin	Zabavna, eno - gastronomska	Advent u Garčinu	Studeni – Prosinač 22.	8.000,00
UKUD „Biđani“	Kulturna	Oj jeseni al ideš polako	27.8.22.	2.000,00
KUD „Tomislav“ Donji Andrijevc	Tradicijska - etno	Oj samice drvo javorovo, ko te sviro nikad ne bolovo	3.9.22.	3.000,00
Biciklistički klub „Festung“	Sportska	XCO šuma Striborova 2022.	24.4.22.	3.000,00
Oldtajmerski klub Brod na Savi	Kulturna, zabavna	6. međunarodni oldtajmer susret u Slavonsko Brodu	25.6.22.	2.000,00
KUD „Ravnica“	Kulturna, Tradicijska -etno	Nasred placa, nasred Perkovaca	5. mjesec 22.	5.000,00
Moto klub Brod	Zabavna, Sportska	Mega bikers susreti No. 17	13.-15.5.22.	10.000,00
Moto klub Brod	Zabavna, eno - gastronomska	Pečenkijada No 14	8.10.22.	3.000,00
Ultramaraton klub „Mazator“	Sportska	Polojska ultra 100km	5.3.22.	3.000,00
Udruga Slavonsko Brodski Biciklist	Sportska	Ultra maraton	1.-5.8.22.	4.000,00
MPS „Starotopoljani“	Kulturna	Smotra pjevačkih skupina – Topolje 22	15.10.22.	3.000,00
Kutljanska udruga mladih	Kulturna, zabavna, eno- gastro, tradicijska - etno	8. dani prvog hrvatskog piva	29. i 30.7.22.	2.000,00
Kajak kanu klub Marsonia	Sportska	Međunarodna kajakaška regata Slavonski Brod 2022	7.5.22.	7.000,00
Turistička zajednica Općine Cernik	Tradicijska - etno	Srednjovjekovni grad Cernik	9.-11.9.22.	5.000,00
Turistička zajednica grada Nova Gradiška	Kulturna, Zabavna, eno – gastronomska, tradicijska - etno	Novogradiško glazbeno ljeto	11.-14.8.22.	8.000,00
Turistička zajednica grada Slavonkog Broda	Zabavna	Slavonija Fest CMC 200 festival	25.-27.8.22.	8.000,00

## NOVE MANIFESTACIJE

PODNOŠITELJ ZAHTJEVA	VRSTA MANIFESTACIJE	NAZIV MANIFESTACIJE	VRIJEME ODRŽAVANJA	IZNOS POTPORE U KN
Turistička zajednica Meridiana Slavonica	Eno - gastronomska	Zalazak sunca u vinogradu	10.6.22.	5.000,00
Lovačka udruga Merolino Oprisavačko	Kulturna	Lovac.info	14.9.22.	3.000,00

Ostvareni ciljevi potpora su bili :

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

**Nositelji: TZ BPŽ i organizatori**

**Realizacija: 95.000,00 kn**

### 2.4. Turistička infrastruktura

Nakon objave Javnog natječaja od strane HTZ odlučili smo aplicirati na Javni natječaj za projekte regionalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinent u 2022 . godini iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Odobrena su nam sredstva za projekt „**Bike Checkpoints**“ **od strane HTZ i to u iznosu od 194.500,00 kn a općina Sibinj je sudjelovala sa iznosom od 10.000,00 kn** . Općina je u ovom slučaju i pripremila teren za postavljenje betonskih podloga za Bike Stop stanice .

Brodsko-posavska županija je u posljednje 4 godine trasirala više od 30 biciklističkih ruta kroz projekt Slavonia Bike, a nekoliko ruta prolazi općinom Sibinj. Općina je u posljednje dvije godine uredila pješačko – biciklističke staze oko jezera Petnja koje predstavlja turistički magnet. Sve te aktivnosti su dovele do povećanja broja cikloturista te aktivne vozače bicikala što je iniciralo potrebu za dodatnom infrastrukturom koja povećava sigurnost i sadržaj za bicikliste. Veliki značaj projekta je za razvoj cikloturizma općine Sibinj, ali i pomaže pri stvaranju dodane vrijednosti u turističkoj ponudi. Inovativnost projekta je - inovativno tehnološko rješenje odmorišta koje uključuje solarni set za napajanje i bežične punjače za mobitele.

Stop stanice na slijedećim lokacijama;

- Na Trgu Kralja Tomislava u centru Sibinja,
- Na lokaciji ispred Društvenog doma u Jakačini Maloj
- Na izvoru Kralja Tomislava na jezeru Petnja.

**Nositelj ; TZ BPŽ, HTZ, općina Sibinj**

**Realizacija; 256.590,00 kn**



### **2.5. Podrška turističkoj industriji:**

TZ BPŽ je u 2022.g. je putem potpora DMK i u svrhu potpora receptivnim agencijama razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom na razini destinacije. Suradnjom sa sustavom TZ na lokalnoj i regionalnoj razini, strukovnim udruženjima unutar turističkog sektora nastojali smo kreirati sadržaje turističke ponude destinacije. Potpore smo isplatili temeljem Internog poziva koji smo uputili svim agencijama kako na nacionalnoj tako i na regionalnoj razini. Uvjet za potporu je ostvariti turističku potrošnju na području naše županije. Ostvareni cilj aktivnosti je podrška razvoju programa DMK. Stvoriti jedinstvene turističke pakete posebnih interesa u kontinentalnim turističkim destinacijama, suradnja sa strukovnim udruženjima . Također i postići visok stupanj suradnje svih dionika kako s privatnim lokalnim poslovnim subjektima, tako i sa turističkim zajednicama. Na Interni poziv su se prijavile i koristile subvenciju, tri agencije iz naše županije (WB Tours, Liberta Travel i Eko garten) i KA Travel iz Karlovačke županije. Uglavnom se radilo o realizaciji učeničkih ekskurzija koje su ostvarile potrošnju u našoj destinaciji.

**Nositelj: TZ BPŽ**

**Realizacija; 35.471,00 kn**

### **3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**

#### **3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture**

Uz logotip županijske turističke zajednice do sada su izrađena još tri logotipa za TZ Meridianu Slavonicu, TZ općine Cernik i TZ općine Garčin. Sva tri logotipa grafički su i tonski usklađena s osnovnim županijskim logotipom, modularni su, lako primjenjivi, originalni su, s fokusom na tradicijske vrijednosti. Apstraktni stilizirani krugovi Meridiane Slavonice podsjećaju na slavonsko kolo, trzalice za tamburu i kaleidoskop, logotip TZ općine Cernik s tri jednostavna grafička elementa asocira na Franjevački samostan, Dvorac Kulmer Marković i originalnu deliciju čuptet, a logotip TZ općine Garčin podsjeća na zlatovez čoška star više od stotinu godina, simbolizirajući šume, vode i dva smjera kojima se dolazi u Garčin. Sažetak: Autohtono, autentično, lokalno, održivo, konkurentno i sigurno već sada određuju tijekove i rezultate u turizmu, a upravo su to komparativne prednosti Brodsko-posavske županije, mjesta susreta svjetova i kultura. Život na prostoru Brodsko-posavske županije život je na slavonskoj zemlji, na granici uz rijeku Savu. Putujući ovim dijelom Hrvatske, prvo ćete primijetiti vrijednu tradicijsku arhitekturu u kojoj dominira štagalj, kao sastavni dio svakog gospodarstva, čuvar svega vrijednog što slavonska zemlja nudi. Upravo je to element novog vizualnog identiteta TZ Brodsko-posavske županije, izražen u logotipu koji je decentan i moderan u isto vrijeme, primjenjiv u izvornom obliku i na modularan način, odražava novi doživljaj tradicijskih vrijednosti ovog kraja. Jednako se mogu opisati i još tri logotipa turističkih zajednica s prostora ove županije, koji su usklađeni s logotipom TZ BPŽ i zajednički promoviraju ovaj prekrasan prostor, intrigirajući i potičući na istraživanje i posjetu destinacije.

**Održivost i razvojni planovi su nam bili da novi, moderni vizualni identitet Turističke zajednice Brodsko-posavske županije s usklađenim vizualnim identitetima Turističke zajednice Meridiane Slavonice, Turističke zajednice općine Cernik i Turističke zajednice općine Garčin vizualnim rješenjem korespondira s održivim turizmom, posebno naglašen sloganom županijske turističke zajednice Čuvari prirode.** Asocira na tradicionalno i očuvano, a u narednom periodu očekuje se kreativno rješenje vizualnog identiteta za još dvije turističke zajednice na području Brodsko-posavske županije, TZ Nova Gradiška i TZ Brod - posavina .

**Nositelj i partneri ; TZ BPŽ , TZ Općine Cernik, TZ Meridijana Slavonica i TZ općine Garčin**

**Realizacija ; 5.000,00 kn**

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

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

#### **Promocija Brodsko – posavske županije kao idealne destinacije za odmor na kontinentu**

Cilj nam je bio da u 2022.g. nakon višegodišnjeg rada na razvijanju turističke ponude i infrastrukture te kreiranja novog vizualnog identiteta, TZ Brodsko -posavske županije osmislila je ovaj projekt s ciljem stvaranja opće svijesti te poticanja ljudi na dolazak u destinaciju.

**Fokus projekta jest promocija 3 turistička proizvoda: aktivni odmor, eno-gastro ponuda s naglaskom na ruralni turizam te kulturne znamenitosti.** Cilj je široj publici predstaviti konkretne aktivnosti i ture te nositelje turističke ponude iz privatnog i javnog sektora i to kroz različite inspirativne itinerere kreirane za pojedine segmente ciljne skupine. Fokus je na native formatima i medijima s velikim dosegom. Kampanja je planirana na tržištima Hrvatske, Mađarske, Njemačke i Slovenije. Kreiranjem komunikacijske strategije odredili smo ciljnu skupinu te ključni PR alat (priopćenja za medije, native tekstovi, reportaže, nagradni natječaji za čitatelje, snimanje promo video filmova do od 1 do 3 minute, posebna prezentacija u Zagrebu i sajamski nastup u Splitu, Zagrebu).

Komunikacijskom strategijom koja uključuje primjenu optimalnih PR i marketinških alata, omogućila je podizanje vidljivosti destinacije, ponude i sadržaja na domaćem i emitivnim tržištima. Pridonijela je intenzivnoj promociji turističke destinacije, njezinih sadržaja i proizvoda. S obzirom da je fokus na portalima, širok je doseg, rezultati mjerljivi dok se sa sajamskim nastupom i posebnom prezentacijom ostvaruje interakcija.

Komunikacijska strategija uključuje i zakup medijskog prostora u najčitanijim hrvatskim medijima s naglaskom na portale. Kontinuiranim objavama podiže se vidljivost destinacije.

Kreativnim modernim komunikacijskim rješenjima stvara se veza s ciljnom skupinom, a učinak je višestruk. Od svjesnosti i prepoznavanja destinacije ciljna skupina prelazi u fazu svidanja i preferencije do konačnog izbora za odmor i stvaranja WOM efekta (word of mouth).

Također smo aplicirali i za ove aktivnosti na Javni natječaj HTZ za projekte regionalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinent u 2022. godini iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Također smo sredstva značajno povećali u odnosu na prvotno planirana budući smo aplicirali prema HTZ na Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent te smo u sklopu ove politike sva sredstva namjenski i realizirali. **Realizirana sredstva smo refundirali iz Fonda za TNP i kontinent** te je HTZ sufinancirao ovaj projekt sa 304.720,00 kn. Navodimo u daljnjem tekstu neke od partnera s kojima smo komunicirali promotivne aktivnosti te provodili oglašavanje;

1. Ador d.o.o., dnevnik.hr /punkufer.hr te TV reportaža u sklopu emisije In Magazin,
2. S.T.A.R. Digital d.o.o., web portal Večernji.hr., web portal telegram.hr,
  - Zakup preko Real grupe Narodni radio, najava i promocija Top manifestacija u BPŽ kojima je TZ sponzora koje generiraju veliki broj dolazaka i noćenja,
3. Lollipop komunikacije- Zagreb, PR kampanja i zakup medijskog prostora,
4. Meridijani, Samobor, promotivni prilog u časopisu Meridijani 1/1trаница, novi proizvod – kuća Brlić u Sl. Brodu.
5. Clarus obrt za marketing, Sl. Brod, marketinška kampanja na društvenim mrežama, promocija bicikliranja, zasebne kampanje za hrvatsko, i inozemno tržište,
6. Salar obrt, Zagreb, organizacija PP i studijskog putovanja za influencers, predstavnika putničkih agencija, novinara s pripadajućom PR kampanjom,
7. Click tag d.o.o. Zagreb, oglašavanje na portalima,
8. Recider projekt izrada novih PR teksta po proizvodima,
9. Media 24. D.o.o., PR članak u Hrvaška 2022, slovensko tržište,
10. Dnevnik d.d., Promo prilog u Dnevnik – Hrvaška, slovensko tržište
11. Meridijani, reklamna poruka destinacije u časopisu 1/1 str.
12. A&R, obrt za marketing i PR aktivnosti,
13. Meridijani, reklamna poruka u časopisu 1/2 str.
14. Oglašavanje u sklopu klastera Slavonija u Novom Listu, svaka TZŽ je sudjelovala sa 1/5,.
15. Eklata d.o.o. Split, oglas 1/1, A5 format, u katalogu školskih putovanja.

16. Branko Klikić – domaća radinost Cernik, Rn. izrada magneta sa logom TZ BPŽ za promociju na sajmovima i posebnim prezentacijama,
17. ĐĐ stan d.o.o., Sl. Brod, , studijsko putovanje predstavnika Udruge putničkih agencija , prezentacije 26. i 27. listopada 2023.g.
18. DMK Vall 042 d.o.o. Varaždin, nacionalni Dani okusa hrvatske tradicije, 13 restorana, promocija promocija i unapređenje tradicijskih jela i eno gastro ponude. Održani su od 18. – 28. 11. 2022.g. , festival hrvatske gastronomije, Dani okusa graničarskog posavlja u BPŽ.
19. Amali Doare- Zagreb, . Realizirali smo izradu promotivnog videa prema riječnim cruising kompanijama za produkciju na sajmovima u inozemstvu u trajanja 5 minuta . Snimanje i emitiranje potencijala riječnog kruzinga u BPŽ za serijal „Wind masters Croatia“ na TV nautical Chanel- premijera je 29. siječnja 2023.g.
20. Nova TV – prilog In Magazin- opća promocija destinacije i novih proizvoda,
21. Novi list- posebno izdanje Glas Istre i zadarski list povodom DHT,
22. Slobodna dalmacija – poseban prilog u sklopu DHT,
23. Vinum In – časopis o vinu – dvije stranice PR članka,
24. Časopis Way to Croatia – turistički magazin ,
25. Jutarnji list , prilog Like putovanja ,
26. Večernji list, Telegram , Glas Slavonije, realizacija tematskih kampanja.

## **Izvještaj o provedenoj marketinškoj kampanji TZ Brodsko-posavske županije**

TZ Brodsko-posavske županije ove je godine za prijavljene projekte dobila bespovratna novčana sredstava Hrvatske turističke zajednice namijenjena turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima za turističke projekte koji pridonose razvoju i unapređenju ukupne ponude turističkih destinacija. S tim sredstvima financirale su se offline (TV i radio) i online marketinške aktivnosti.

Kao medijski partneri odabrani su sljedeći vodeći nacionalni mediji: – Nova TV, Dnevnik.hr, Pun Kufer, Vecernji.hr, Telegram.hr i Narodni radio.

Kampanje su imale sljedeće ciljeve:

1. pozicionirati i promovirati TZ Brodsko - posavske županije kao idealnu destinaciju za kasno ljetne i jesenske višednevne izlete
2. inspirirati putnike na dolazak u destinaciju kako bi iz prve ruke doživjeli baštinu i bogatstva ovog kraja
3. potaknuti turiste da posjete događaje kako bi doživjeli povijest i tradiciju Brodsko-posavske županije

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

**Priroda:** rijeka Sava, Stara Kapela, Jelas polje

- **Aktivnosti:** pecanje, jahanje, biciklizam, panoramsko letenje

- **Kultura:** Tvrđava Brod, rodna kuća Ivane Brlić-Mažuranić, Franjevački samostan, Novogradiško glazbeno ljeto, Ribarska noć, bikerski susret
- **Eno-gastro:** Slavonski dućan, Stupnički Dvori, kuća dida Tunje, gospodarstvo Paljevine

Kako bi sadržaj bio prilagođen onima koji će ga u konačnici konzumirati te kako bi bio plasiran na medije gdje se nalaze potencijalni domaći turisti, bilo je potrebno definirati ciljanu publiku. Kampanje su bile usmjerene na obitelji s djecom, mlađe turiste privučene ugodnom atmosferom i raznim aktivnostima, ljubitelje autohtonih proizvoda i gastronomije te turiste starije dobi. Kampanje su doseglye ciljanu publiku te su svojim trajanjem, sadržajem i raznolikim formatima dostignule maksimalni učinak s obzirom na raspoloživi budžet. Prilikom realizacije i postizanja željenih ciljeva uvelike je pomogao odabir relevantnih, kvalitetnih i upečatljivih medijskih proizvoda koji su u sinergiji sa strateškim odabirom ponuđenih formata ciljali potencijalne turiste te postigla željeno.

Za kampanju su odabrani sljedeći medijski partneri:

- Nova TV – IN magazin (TV) – hrvatska vodeća nacionalna komercijalna televizija, kako po dosegu tako i po društvenom utjecaju, a kampanja je imala prilog u emisiji Nove TV IN Magazin
- Nova TV Pun Kufer – premium travel portal na kojem se nalazio sponzorirani članak, a ostvario je 3.914 čitanja s prosječnim vremenom zadržavanja na stranici od 1 minute i 2 sekunde. Native članak (urednički) pregledalo je 15.124 osoba s prosječnim vremenom zadržavanja na stranici od 47 sekundi.
- Dnevnik.hr – dio je Nove TV te se nalazi među najpopularnijim portalima u Hrvatskoj.
- Telegram.hr - jedan od najčitanijih portala na tržištu, a odabrani formati bili su urednički članak, advertorial i mobile interscroller te rectangle banner. Urednički članak ostvario je 10.642 čitanja s prosječnim vremenom zadržavanja na stranici od 2 minute i 56 sekundi, dok je advertorial bio prikazan 1.101 puta te su se u prosjeku čitatelji na njemu zadržavali 3 minute i 5 sekundi. Banneri su ukupno bili prikazani 315.209 puta s CTR-om od 0,14%.
- Večernji.hr – jedan je od vodećih hrvatski news portal te se svakoga dana njihove stranice učitavaju se preko 350,000 puta. Urednički članak je ostvario 12.819 pregleda dok je prosječno vrijeme provedeno na stranici 51 sekunde, dok je PR članak ostvario 15.634 pregleda s prosječno 1 minutom provedeno na članku. Na bannere je bilo kliknuto 9.592 puta s CTR-om od 4,18%.
- Narodni radio - privatna radiopostaja s nacionalnom pokrivenošću preko frekvencija FM i online. Reklama za mega biker susret emitirala se 22 puta u periodu od 09.05. do 13.05. te je bila u trajanju od 20 sekundi, iduća se emitirala reklama u svrhu promocije događaja “Ribarska noć”. Ona je također trajala 20 sekundi te se emitirala u periodu od 01.08. do 05.08.. Reklama za Novogradiško glazbeno ljeto emitirana je 30 puta u periodu od 10.08. do 13.08.. Posljednja reklama koja se emitirala na Narodnom radiju u sklopu kampanje bila je ona za promoviranje 25. Katarinskog sajma. Reklama je trajala 26,33 sekunde, emitirana je 13 puta u periodu od 03. do 09. 11. u različitim terminima kako bi dosegla što veći broj slušatelja.



**Nositelj: TZ BPŽ u suradnji sa partnerima.**

**Realizacija: 436.810,71 kn kn**

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

#### **Studijska putovanja za predstavnike medije u suradnji sa sustavom TZ**

*Prvo studijsko putovanje pod nazivom „Gourmet putovanja u Brodsko – posavskoj županiji „ smo realizirali u 2022.g. u trajanju od dva dana (30. lipnja i 1. srpnja) u suradnji sa PR agencijom Lollipop iz Zagreba. Predstavili smo savršen spoj tradicije i urbanog, prekrasne priče, najljepši salaši i etno-eko sela, bogata trpeza, vrhunska vina i odlična piva.*

**27 i 28. listopada 2022. svojim ljepotama i posebnostima predstavili smo se Udruzi hrvatskih putničkih agencija (UHPA) koju čine predstavnici renomiranih putničkih agencija.** Uz studijski posjet i individualne sastanke s dionicima turizma u Brodsko-posavskoj županiji – od hotelijera, vlasnika obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, rančeva i salaša do turističkih stručnjaka iz ovoga kraja – članovi Udruge hrvatskih putničkih agencija tijekom dvodnevnog posjeta održali su i sjednicu Upravnog i Nadzornog odbora. Domaćini su svojim gostima u Slavonskom dućanu u Novoj Gradiški pripremili pravu slavonsku dobrodošlicu, uz degustaciju finih i originalnih slavonskih specijaliteta, a uz šunku, kulin, kobasicu, slaninu... imali su prilike kušati i jedinstvene cerničke čuptete.

Članovi Udruge hrvatskih putničkih agencija posjetili su i novi turistički adut „Adrenalinsku šumu“ u Bebrini na području zaštićenog krajolika Jelas polja. U Slavonskom Brodu prošetali su najvećim korzom u Hrvatskoj uz posjet novom Interpretacijskom centru Ivana Brlić Mažuranić u obnovljenoj kući Brlić, obišli su jedinstvenu brodsku Tvrđavu uz obilazak Muzeja tambure i Galerije Ružić.

Zbog čega su stanovnici Brodsko-posavske županije "čuvari okusa", putnički agenti imali su se prilike uvjeriti u restoranima gdje je za njih organizirana prezentacija brenda "Okusi graničarskog Posavlja".

Tomislav Fajn, predsjednik Udruge hrvatskih putničkih agencija istaknuo je kako je UHPA najdugovječnija i jedna od vodećih strukovnih udruga u turizmu u Hrvatskoj, a ove je godine obilježila 30 godina od osnutka. Studijski posjet nekoj od destinacija koje organiziraju najmanje jednom godišnje prilika je destinaciji da se prezentira organizatorima putovanja i otvori nove mogućnosti suradnje.

„Impresioniran sam ponudom i ljepotama Brodsko-posavske županije. Riječ je uglavnom o ruralnom prostoru idealnom za aktivnosti u prirodi, a svojom urbanom pričom u Slavonskom Brodu i bogatom eno-gastro ponudom na salašima, OPG-ovima, rančevima i restoranima nudi autentičan i novi doživljaj Slavonije. Upravo novo i drugačije iskustvo postaju glavni motivi odabira destinacije i u organiziranim putovanjima, pa u ovoj županiji leži veliki turistički potencijal“, poručio je Fajn.

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

**Nositelj: TZ BPŽ , UHPA , A&R.**

**Realizacija ; 42.358,31 kn**

### 3.4. Marketinške i poslovne suradnje:

U suradnji sa lokalnim i regionalnim dionicima realizirali smo tijekom 2022.g. marketinške i poslovne suradnje .

Kontinuirano smo komunicirali sve relevantne aktivnosti prvenstveno sa medijima u BPŽ te slali informacije o redovitim aktivnostima TZ Brodsko – posavske županije . U sklopu klastera Slavonija smo bili dionik zajedno sa ostalim slavonskim županijama te smo oglašavali projekt Okusi tradicije . **Sukladno sporazumu TZ Klastera Slavonija ažurirali smo i oglašavali putem digitalne platforme Slavonija.travel dvije zajedničke marketinške kampanje.**

Za zajedničko oglašavanje u sklopu klastera Slavonija i kampanje povodom nacionalnog projekta „Dana okusa hrvatske tradicije“ odabrani su partneri; S.T.A.R. Digital d.o.o. te Kreativna poslovna rješenja d.o.o. putem kojih smo realizirali zakup medijskog prostora, facebook Ads kampanje, grafičke usluge, oglašavanje putem banneri i produkcija audio materijala.

Izvještaj o provedenoj marketinškoj kampanji TZ Brodsko-posavske županije u sklopu Klastera Slavonija .

Glavna komunikacijska poruka na vizualima bila je „**Zemlja priča. More doživljaja. Slavonija**” . Odabrani vizuali su odgovarali komunikacijskoj poruci.

Odabrane fotografije za vizuale prikazivale su neočekivane motive svake županije i time dodatno privlačile pažnju.



vizuali Zemlja priča. More Doživljaja. Slavonija

Ključne poruke su se bazirale na ovim temama i proizvodima;

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

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

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

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

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

**Nositelj: TZ BP županije, klaster Slavonija**

**Realizacija ; 45.026,48 kn**

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

Turistička zajednica Brodsko-posavske županije je u 2022.g. je planirala samostalno, posredstvom ili u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom nastupiti na specijaliziranim i općim sajmovima u inozemstvu. Većina sajmova u inozemstvu, pogotovo oni koji su planirani za početak godine su otkazani zbog još uvijek prisutnih mjera i zbog prisutnosti pandemije Covid 19. Sajam f.re.e. u Munchenu gdje smo kao klaster Slavonija trebali nastupiti zajedno na štandu Hrvatske turističke zajednice je otkazan. Također su otkazani i većina drugih sajmova gdje smo planirali nastupiti zajedno na štandu HTZ. Na sajmu Seatrade Cruise Med u Malagi (Španjolska) koji je održan u rujnu 2022.g. u ulozi informatora je bila predstavnica tvrtke Ancoris d.o.o. koja je partner u promociji i unapređenju ponude riječnih krstarenja na rijeci Savi, Dravi i Dunavu na područje Slavonije i riječnih pristaništa u BPŽ, OBŽ i VSŽ. Većinom smo se angažirali oko nastupa na sajmovima u Hrvatskoj. Prvi nastup TZ Brodsko – posavske županije je bio od 16. – 19. ožujka 2022.g. u splitskoj Spaladium areni na **26. Međunarodnom Sajmu GAST 2022.** U ovom poticajnom okruženju zajedničkim snagama smo predstavili i našu destinaciju te proizvode naših proizvođača koji svojom kvalitetom uspješno konkuriraju pri samom vrhu.

Došli smo Dalmatincima predstaviti turističke atrakcije ovog dijela Slavonije koji gotovo čitavim dijelom leži uz rijeku Savu. Iz iskustva znamo kako ljubav ide kroz želudac pa je u Split stigla jaka ekipa, vrhunski majstori u svom poslu. Na štandu TZ Brodsko – posavske županije uvijek je živo, degustirao se nsvakidašnji Portugizac s OPG-a Marije Živković iz Cernika, ali i iznimno zdrava vina od kupine i aronije s OPG-a Radić iz Vrbove. Naravno, ništa bez slavonske Graševine i moćnog Cabernet Sauvignona s OPG-a Vučković, nazdravljalo se i s laganim koktelima na bazi vina mladog novogradiškog vinara Ozrena Kraljića. Iz craft pivovare Bošnjak iz Sičica stigao je izniman gin MB72 i naravno craft pivo koje se savršeno sljubljuje s cerničkim čuptetima, originalnim slanim zalogajčićima s nadjevom od kobasica.

U ožujku smo financirali smještaj za medičarski obrt Klikić iz Cernika u hotelu u Dubrovniku koji je sudjelovao na **Sajmu hrane**. Tom prilikom smo promovirali tradiciju izrade tradicijskih suvenira licitarskih srca koji imaju status zaštićene nematerijalne kulturne baštine (Z-3353) u evidenciji Ministarstva kulture i medija RH.

Od 8. – 10. travnja TZ Brodsko – posavske županije je sudjelovala na Međunarodnom sajmu turizma **PLACE2GO**. To je pravo mjesto za susret ponude i potražnje turističkih destinacija, a od prvog održavanja 2012. godine, tu je nastupilo preko 500 izlagača iz 34 zemlje svijeta. Ostvarili smo kontakte sa novim partnerima ali i obnovili ranije stečene poslovne kontakte kojima smo predstavili turističku ponudu u Brodsko-posavske županije.

**Nastupili smo i na festivalu u organizaciji Večernjeg lista i HTZ te smo osvojili treće mjesto u konkurenciji svih županija i TZŽ za promo film Moja . hr. Moja.hr inicijalno je zamišljen kao natjecanje mladih kreativaca u iskazivanju pripadnosti i privrženosti županijama u kojima žive, u obliku jednogminutnog videa. Presentacija svih županija i završnica projekta ove godine se održala 24. lipnja u Vukovarsko-srijemskoj županiji, odakle su prošlogodišnji pobjednici, uz izravan prijenos je bio na HRT-u.**



Foto: Ivica Galović/PIXSELL. Vinkovci Završna svečanost Večernjakovog projekta Moja.hr, proglašenje pobjednika i dodjela nagrada

Sajam lova, ribolova, prirode i turizma nismo mogli realizirati jer su u isto vrijeme bili dani hrvatskog turizma u Šibeniku.

**Poslovne radionice;** surađivali smo sa turističkom agencijom Liberta Travel d.o.o. koja je u ime TZ BPŽ sudjelovala na radionici **Sell Croatia 22. studenog u Mađarskoj u organizaciji HTZ.** Cilj je bio promocija naše destinacije ali i dogovaranje novih suradnji , što je uspješno odrađeno.



TZ Brodsko – posavske županije je sudjelovala na turističkoj burzi PUT koja je održana od **28.- 30. 11. u hotelu Garden Hill u Velikoj Gorici,** a domaćin je bila **Turistička zajednica Zagrebačke županije.**

Turistička burza PUT je najstariji hrvatski B2B turistički susret koja se organizira u suradnji sa Udrugom hrvatskih putničkih agencija, a okuplja djelatnike iz agencijskih poslovanja, turističkih usluga, hotelijerstva i restorana te sustava turističkih zajednica. Svake godine se održava u drugoj hrvatskoj destinaciji.

Osim radno-poslovnog dijela kojem je osnovni cilj predstavljanje sadržaja i novosti u turističkoj ponudi, program je upotpunjen upoznavanjem odredišta-domaćina i njegove ponude, stručnim raspravama i prezentacijama, te aktivnim druženjem sudionika. Sve to burzu *PUT* čini svih ovih godina cijenjenim poslovnim događanjem, ali i zanimljivim i vrijednim studijskim putovanjem. To

najbolje potvrđuje činjenica da su u njenom radu sudjelovali gotovo 150 sudionika, predstavnici 90-ak turističkih subjekata iz Hrvatske i susjednih država. **Turistička zajednica BPŽ je sudjelovala u radnom dijelu B2B turističkom susretu.**

Turistička zajednica Brodsko – posavske županije prvu večer je zajedno sudjelovala sa laureatima koje je kandidirala na otvoreni poziv u srpnju 2022.g. te aplicirala za nagradu **Simply the best – top5** ;

- u kategoriji manifestacija, grupa sport i rekreacija - **Mega bikers susrete čiji je organizator Moto klub Brod ,**
- u kategoriji Novi projekti u turizmu- grupa TZ i lokalna samouprava – **kuću Brlić i Interpretacijski centar Ivana Brlić Mažuranić.**

**Nositelj: TZ BPŽ**

**Realizacija : 126.206, 11 kn**

### **3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:**

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

TZ Brodsko – posavske županije je u suradnji sa lokalnim turističkim zajednicama, **Hrvatskom udrugom putničkih agencija – UHPA , organizirala je aktivnosti prihvata agenata.** Nastavili smo i u 2022.g. suradnju sa turoperatorima koji u svojim katalogima i programima nude Brodsko – posavsku županiju te ju uključuju u svoje itinerere. Odgovarali smo na pitanja turističkih agencija te dostavljali promotivne materijale u tiskanom i digitalnom obliku. Oglasili smo se i ove godine u katalogu učeničkih ekskurzija te nastavili suradnji sa Eklata d.o.o. , putnička agencija iz Splita koja je najveći hrvatski turoperator za školske ekskurzije.

U lipnju smo ugostili novinare , Jutarnjeg lista/Like putovanja, Spektar putovanja, food influencera Hungly Mile, portala o slatkom i slanom, zatim u listopadu petnaestak predstavnika vodećih hrvatskih receptivnih agencija koje smo ugostili putem suradnje sa Hrvatskom udrugom putničkih agencija koji su boravili u BPŽ 26. i 27. listopada.

**Nositelj: TZ BPŽ, UHPA**

**Realizacija; 28.656,50 kn**

### **3.7. Kreiranje promotivnog materijala:**

Tijekom godine smo imali potrebu za reprintom promotivnih suvenira na kojima smo vizualno istaknuli naš novi logo i vizualni identitet. Također smo zbog velikog interesa dionika i potrebe tijekom organizacija značajnijih manifestacija i posjeta raznih **delegacija realizirali tematskog kataloga u dvije jezične varijante i to u suradnji sa tvrtkom TDA Brod d.o.o. . Finalizirali smo i novi promotivni film kao i pet tematskih u suradnji sa tvrtkom Film 54. d.o.o.**

**Oglašavali smo se u sklopu tiskane karte Explore continental Croatia 2022.g.** te izradili dodatne promo suvenire u obliku ekoloških suvenira sa logom TZ BPŽ. Također smo ove suvenire koristili kao prigodni poklon u

kombinaciji sa katalogima prigodom posjeta turoperatora, novinara, predstavnika agencija i sl.

**Nositelj: TZ BPŽ**

**Realizacija; 64.612,50 kn**

### **3.8. Internetske stranice:**

Razvoj i održavanje internetskih stranica

Početak godine smo pokrenuli redizajn web stranice [www.tzbpz.hr](http://www.tzbpz.hr) te smo ju obogatili sa novim sadržajima i turističkim proizvodima koji su nastali u suradnji sa javnim i privatnim sektorom ( Kuća Brlić, adrenalinska šuma u općini Bebrina itd). također smo ju dodatno obogatili **aplikacijom virtualne šetnje koju smo pripremali u 2021. finalizirali u 2022.g. po modelu prezentacije atrakcija po ključnim proizvodima.**

Poboljšali smo i obogatili i platformu **[www.slavonija.travel](http://www.slavonija.travel)** u suradnji sa TZ županija unutar klastera Slavonija. Nastavno na smjernice i suradnju sa Hrvatskom turističkom zajednicom smo kreirali dodatne sadržaje na platformi **croatia.hr**.

Tijekom 2022. godine sadržaj web stranica kontinuirano smo usklađivati sa zahtjevima turističkog tržišta. Digitalni marketing odnosi se na društvene mreže FB i Instagram, putem kojih smo komunicirali promotivne aktivnosti TZ BPŽ.

Na web stranici se također nalaze i aplikacije za pametne telefone (Vision One, Slavonia Bike, Okusi tradicije ), FB aplikacija, informacije o turističkim zajednicama, manifestacijama, sajmovima, festivalima, gastronomiji, smještaju i restoranima, što posjetiti „tematske rute“ i novosti . Na ovoj poziciji su i troškovi za angažman tvrtke koja vodi društvene mreže **Facebook i Instagram za TZ BPŽ .**

**Nositelj: TZ BPŽ**

**Realizacija: 12.520,00 kn**

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

Veliki dio vlastitih fotografija i video materijala smo pripremili u prethodnom razdoblju, međutim imajući u vidu kontinuirani rast broja događanja i novih turističkih sadržaja neophodno je bilo dopuniti bazu filmova i fotografija. Tako smo za potrebe velikog broja kampanja i objava snimili dodatne fotografije i promotivne materijale. **Promo filmove također koristimo i za kampanje putem društvenih mreža a koristili bi ih i kao novi proizvod te kandidirali na razne festivale i manifestacije natjecateljskog karaktera.** Cilj ove aktivnosti je stalna nadgradnja i nadopunjavanje banke kvalitetnih fotografskih i filmskih snimaka, koji su preduvjet za oblikovanje tiskanih i multimedijalnih promotivnih sadržaja .Radi se o tematskim kratkim promo filmovima / biciklističke ruta u suradnji sa tvrtkom Clarus – tvrtka za marketing iz Sl. Broda zatim produkcija vlastitih tematskih promo filmova u trajanju od 1 minute te troškovima angažmana dionika prilikom snimanja .

**Nositelja: TZ BPŽ**

**Realizacija : 5.204,00 kn**



### 3.10. Turističko-informativne aktivnosti:

U sklopu turističke ponude naše županije kao i promotivnih aktivnosti TZ Brodsko – posavske županije sa ciljem vidljivosti destinacije na turističkoj karti , TZ Brodsko – posavske županije je krajem 2021.g. izradila Prometni elaborat za postavljanje turističke signalizacije – obavijesnih ploča „Spomen galerije Ivana Meštrovića“ na autocesti A3 iz smjera Zagreba i Lipovca, a u dionici čvora Velika Kapanica, te uz autocestu A5 (Slavonika) iz smjera Osijeka ,a u dionici čvora Đakovo.

U veljači 2022.g. smo postavili obavijesne plače /turističku smeđu signalizaciju/ „Spomen galerije Ivana Meštrovića“

Naime, Rješenjem Ministarstva kulture Republike Hrvatske, Uprave za zaštitu kulturne baštine od 16.lipnja 2021. godine **zgrada Spomen galerije u Vrpolju zaštićeno je kulturno dobro**, upisano u Listu kulturnih dobara RH pod brojem Z 7464. Tako je uz Zbirku radova Ivana Meštrovića, koja je predstavljena u stalnom postavu, i zgrada u kojoj je smještena, projektirana po uzoru na djelo velikog hrvatskog kipara svjetskog glasa, postala kulturno dobro.

**Budući da se nalazimo uoči obilježavanja 50. godišnjice otvaranja ove po mnogo čemu jedinstvene ustanove u slijedećoj godini (1972. – 2022.), jedan od darova za pola stoljeća djelovanja galerije u mjestu rođenja znamenitog kipara, su i turističke obavijesne ploče za kulturnu znamenitost – informacija putnicima korisnicima autoceste A3 i A5.**

Ostvarivanjem ovoga projekta TZ Brodsko – posavske županije je bila čast ali i obveza doprinijeti promociji i očuvanju hrvatske kulturne baštine u kojoj Meštrovićevo djelo ima posebno mjesto, a kojim se ponosi Brodsko-posavska županija i ovaj dio Hrvatske, te obogaćuje i poboljšava turističku promidžbu naše kulturne baštine.

Također smo ovim projektom dodatno obogatili sadržaj i brand projekta izgradnje Eko etno kuće u Vrpolju čiji je TZ BPŽ partner sa zadaćom promocije i brendiranja destinacije . Trošak izrade smeđe signalizacije smo knjižili **dijelom na materijalne troškove na poziciju amortizacije budući su table u statusu osnovnog sredstva te ovaj trošak prikazujemo sukladno uputama o računovodstvu za neprofitne organizacije.**



Također smo pratili stanje postavljenje signalizacije na terenu te obavljati eventualno potrebne popravke i dopune.

**Nositelj: TZ BPŽ**

**Realizacija: 11.279,58 kn**

## **4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**

### **4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:**

Sustav eVisitor širi mogućnosti te je ključan alat ne samo prijave i odjave gostiju nego općenitog praćenja turističkog kretanja te daljnjeg planiranja. Pratili smo upute nadležnog Odijela pri HTZ te u sklopu web stranice i **projekta HDT obogatili sadržaje sa novim aplikacijama u suradnji sa partnerima** .

**Nositelj: HTZ, TZ BPŽ**

**Realizacija; 6.562,50 kn**

### **4.2. Stručni skupovi i edukacije:**

Predstavnici TZ Brodsko posavske županije su sudjelovali na **5. Međunarodnom kongresu o ruralnom turizmu u travnju pod sloganom Ruralni turizam; kvaliteta, održivost**. Glavna tema je bila pozicioniranje ruralnog turizma nakon krize turističkog sektora izazvane pandemijom. Izlaganje i rasprave u okviru Kongresa posebno su fokusirane na posebnosti ruralnog turizma Hrvatske te je zaključeno da ruralni krajevi predstavljaju novu mogućnost hrvatskog turizma , budući da raste zanimanje za neotkrivene autentične destinacije koje nude doticaj s prirodom odmak od užurbane svakodnevnice i lokalno iskustvo se preporuča.

U rujnu smo sudjelovali na znanstveno – stručnom skupu pod nazivom „Turizam između znanosti i prakse“ .

U listopadu smo sudjelovali na **Danima Hrvatskog turizma koji se održavao u Šibeniku**.

**Nositelj: TZ BPŽ**

**Realizacija: 18.363,00 kn**

### **4.3. Koordinacija i nadzor:**

Koordinaciju sa lokalnim turističkim zajednicama u BPŽ smo održali ožujku to u Novoj Gradiški, u srpnju i listopadu u Slavonskom Brodu. Teme su bile koordinacija lokalnih turističkih zajednica, usklađivanje planskih aktivnosti i nadzor planskih i izvještajnih dokumenata lokalnih turističkih zajednica i definiranje smjernica.

Na razini klastera Slavonija održali pet sjednica . Prema temama i potrebi smo organizirali sjednice u sjedištima regionalnih turističkih zajednica. Bili smo također sudionici koordinacija Ministarstvo turizma i sporta kao i HTZ-a. Sudjelovali na i na sjednicama Savjeta projekta Okusi hrvatske tradicije.

**Nositelja; TZ BPŽ i partneri**

**Realizacija :6.348,92 kn**

### **4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:**

S ciljem jačanja sektora turizma na području BPŽ sudjelovali smo i u 2022. godini u razvojnom projektu „Izgradnja Kulturno-turističkog centra Eko-etno kuća u Vrpolju“



obuhvaćen je Prilogom 4. Razvojnog sporazuma za područje Slavonije, Baranje i Srijema te nastavno na navedeno obuhvaćen je i pozivom na dostavu projektnih prijedloga „Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine na području Slavonije, Baranje i Srijema“, unutar kojeg je predviđeno financiranje spomenutog projekta. Unaprijed definirani prijavitelj navedenog projektnog prijedloga je Općina Vrpolje, dok je pozivom predviđena uključenost turističke zajednice (Turistička zajednica Brodsko-posavske županije) kao obaveznog partnera te galerije Ivana Meštrovića kao dodatnog partnera. TZ BPŽ je kao član projektnog tima u 2022.g. pripremila digitalnu pripremu tematskog kataloga u cilju promocije novog proizvoda.

Nastavili smo ulagati u nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija i pojedinaca u turizmu. Na Međunarodnom festivalu turističkog filma nagrađeni smo po drugi puta u tri godine za najnoviji promo film koji smo snimali u 2021.g. i prvog polovici 2022.g. pod nazivom „**Tamo gdje usput postaje cilj**“ u sklopu manifestacije **29 INTERSTAS – Međunarodna smotra turizma, filma , krajobraza . i 25. ITF CRO – Međunarodni festival turističkog filma održanog 9. – 11. studenog 2022. u Solinu .**

Posebno priznanje „GOLDEN INTERSTAS – FOR Excellence 2022“ koristimo u našim promotivnim kampanjama.

Također smo osvojili dvije nagrade koje su bile uručene u sklopu programa

23. Burze PUT koja je održana krajem studenog u Velikoj Gorici. .

Osim radno-poslovnog dijela kojem je osnovni cilj predstavljanje sadržaja i novosti u turističkoj ponudi, program je upotpunjen upoznavanjem odredišta-domaćina i njegove ponude, stručnim raspravama i prezentacijama, te aktivnim druženjem sudionika. Sve to burzu PUT čini svih ovih godina cijenjenim poslovnim događanjem, ali i zanimljivim i vrijednim studijskim putovanjem. To najbolje potvrđuje činjenica da su u njenom radu sudjelovali gotovo 150 sudionika, predstavnici 90-ak turističkih subjekata iz Hrvatske i susjednih država. Turistička zajednica BPŽ je sudjelovala u radnom dijelu B2B turističkom susretu.

Dobitnici nagrada koje je Turistička zajednica Brodsko – posavske županije kandidirala na otvoreni poziv u srpnju ove godine te aplicirala za nagradu **Simply the best – top 5 ;**

- u kategoriji manifestacija, grupa sport i rekreacija - **Mega bikers susrete čiji je organizator Moto klub Brod ,**
- u kategoriji Novi projekti u turizmu- grupa TZ i lokalna samouprava – **kuću Brlić i Interpretacijski centar Ivana Brlić Mažuranić.**



Poduzetnici, obrtnici, udruge, OPG-i, turističke zajednice te jedinice područne i lokalne samouprave natjecali su se u osam kategorija nagade „**Suncokret ruralnog turizma**“ : turistička seljačka (obiteljska) gospodarstva, tradicijska (ruralna) domaćinstva, tradicijska (ruralna) gastronomija, vinski turizam, craft turizam, aktivni turistički sadržaji u ruralnom prostoru, ruralno turistički projekti te projekti/nositelji zaštićenih i marketinških oznaka.

Iz Brodsko- posavske županije nagrade su osvojili;

**EKO ETNO SALAŠ SAVUS** – u kategoriji “Ruralno turistički projekti” , brončana povelja

**KUD “MATIJA ANTUN RELKOVIĆ” RIBARSKE VEČERI U DAVORU** – u kategoriji “Ruralno turistički projekti” dobili su Posebno priznanje za promociju slatkovodnog ribarstva u turizmu .Smisao i cilj ovih aktivnosti je priznanje koje potiče izvrsnost i postignuća destinacija i pojedinaca u turizmu kao i unaprediti projekte i učiniti ih prepoznatljivima

**Nositelj; TZ BPŽ i dionici**

**Realizacija; 36.704,34**

#### **4.5. Očuvanje i uređenje okoliša**

TZ BPŽ je sufinancirala udruge koje su se angažirale u održavanju i očuvanju okoliša, turističke infrastrukture, kulturne i prirodne baštine, ulagala u obnavljanje resursa za lovni turizam. Tijekom godine smo uplatili sredstva udruzi branitelja iz Stare Kapele koji održavaju okoliš eko etno sela i to za tehnički popravak mehanizacije za što su nam dostavili i dokumentaciju uz pripadajuće račune. Također i LU Kuna koja je sredstva namijenila za nabavku i obnovu resursa u lovištu . Sredstva su realizirana u cilju poboljšanja i proširivanja ukupne ponude destinacije sukladno odrednicama definiranim Programom rada za 2022.g., u sklopu ove pozicije. Podržali smo programe za razvoj i unapređenje turističke infrastrukture, projekte i programe za razvoj novih turističkih proizvoda a koji svojom ponudom obogaćuju i doprinose unapređenju turističke ponude destinacije a sve u cilju održivog razvoja i održivosti autohtonog ambijenta i okoliša.

**Nositelj TZ BPŽ**

**Realizacija ; 25.000,00 kn.**

## **5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**

### **5.1. Međunarodne , strukovne i sl. organizacije**

Turističke zajednice Brodsko-posavske županije je obveznik godišnje članarine prvih pet godina za nosioce standarda Okusi tradicije Graničarskog posavlja - trošak naknade sudjelovanja u projektu. Naknada za sudjelovanje donosi se prema odluci nacionalnog Savjeta projekta . Plaća se voditelju projekta DMK Vall 042, a uključuje cjelogodišnje vođenje, održavanje i uređivanje portala [www.okusi.hr](http://www.okusi.hr), kontinuiranu godišnju promociju na društvenim mrežama, razvoj i upravljanje projektom uz istovremenu realizaciju aktivnosti utvrđenih godišnjim programom Savjeta projekta.

Također smo platili i članarinu kod postupka kandidature promo filma tvrtki Fiskalis d.o.o. za Međunarodni festival turističkog filma tvrtki Fiskalis d.o.o., koja je organizator i nositelj ove licence. TZ BP je i član Udruge putničkih agencija.

**Nositelj; TZ BPŽ i partneri**

**Realizacija ; 13.144,66 kn**

## 6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

		RASHODI	Plan za 2022.	Rebalans 2022.	Realizirano 2022.	Indeks Rea/Reb	Struktura realiz 2022. %
6.		<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>465.000,00</b>	<b>580.000,00</b>	<b>586.487,03</b>	<b>101,12</b>	<b>27,82</b>
	6.1.	Plaće	360.000,00	360.000,00	356.104,36	98,92	16,89
	6.2.	Materijalni troškovi	90.000,00	200.000,00	208.856,09	104,43	9,91
	6.3.	Tijela turističke zajednice	15.000,00	20.000,00	21.526,58	107,63	1,02
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	-	-	-	-	-

### ADMINISTRATIVNI RASHODI;

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

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

Turistička zajednica BPŽ ima tri zaposlena djelatnika - direktoricu, višu stručnu suradnicu za projekte financirane iz vlastitih sredstava, EU fondova i nacionalnih fondova i stručnog suradnika za opće i administrativne poslove. Sredstva za plaće djelatnika i administrativne troškove financiraju se dijelom iz proračuna Brodsko-posavske županije. U skladu sa Pravilnikom o plaćama, ustroju, naknadama plaća i drugim materijalnim pravima zaposlenika TZ BPŽ regulirana su i prava zaposlenika Turističke zajednice Brodsko – posavske županije Stavka rashoda za zaposlene sadrži bruto plaće zaposlenih, ostale naknade zaposlenima (prijevoz, neoporezive naknade tijekom godine).

Djelatnici stručne službe 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;

Radna tijela Turističke zajednice Brodsko – posavske županije su Skupština, Turističko vijeće ali i po potrebi osnovana radna tijela za ocjenu projekta. Uglavnom se imenuju i predlažu članovi iz redova Skupštine i Turističkog vijeća.

Na sjednicama Turističkog vijeća podnosi se izvješće o radu, planira dinamika realizacije Programa rada te prati izvršenje Financijskog plana. Skupština Turističke zajednice je održala dvije sjednice na kojima su usvojeni predloženi akti Turističkog vijeća, analizirano izvršenje

Programa rada te sadržaj aktivnosti Programa rada u skladu s kretanjima u turizmu na području Županije. Članovi tijela Turističke zajednice ne primaju naknadu za svoj rad, ali im se refundiraju troškovi prijevoza i/ili dolaska na sjednicu. Ovu odluku primjenjujemo od 2018. godine.

Ovi troškovi se odnose na troškove održavanja sjednica tijela te troškove povjerenstva koja su osnovana sukladno provođenju pojedinih aktivnosti a u kojima su sudjelovali i članovi tijela TZ BPŽ. Pod ovom stavkom nalaze se i troškovi prijevoza , putnih troškova za članove Vijeća i Skupštine , smještaja na prigodnim događanjima izvan županije gdje su bili zaduženi da predstavljaju TZ BPŽ , također i najam vozila ili štanda, i troškovi hrane i pića (catering). Sva tijela su obavljala svoje zadaće propisane zakonom pa je tako u 2022.g. u razdoblju siječanj – prosinac održano :

- Dvije sjednice Skupštine; 30. ožujka i 15. prosinca 2022.g.
- Četiri sjednice Turističkog vijeća ; 8. ožujka, 15. lipnja, 21. listopada i 5. prosinca 2022.g.
- Održana je i jedna sjednica članova Skupštine za nadzor rada TZ BPŽ je održana 30. ožujka 2022.g.
- Sjednica Povjerenstva za upravljanje kvalitetom standarda Okusi tradicije je održana u listopadu 2022.g.

**Nositelj: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije**

**Realizacija u 2022. godini: 586.487,03 kn**

## **7. REZERVA**

Zbog evidentne razlike prihoda i rashoda nije bilo potrebe osiguranja likvidnosti putem pozicije rezerve.

## **8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE**

Višak prihoda iz prethodne godine je prenesen u izvještajnu 2022.g. godinu te je ukupan saldo fonda ili razlika prihoda i rashoda sa 31. 12. 2022.g. **-364.915,91 kn** .

## 9. FONDOVI POSEBNE NAMJENE

Projekti lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2022. godini odobreni od strane Turističkog vijeća HTZ.

BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica općine Garčin	Izrada projektne dokumentacije - Izrada glavnog projekta za unapređenje turističke ponude Općine Garčin Staza Gardun - staza za jahanje i bicikliste	22.680,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica općine Garčin	Izrada, grafička priprema i tisak turističko-biciklističke karte, interaktivne karte i panoa općine Garčin	11.520,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica općine Garčin	Izrada vizualnog identiteta i promomaterijala Turističke zajednice Općine Garčin	24.120,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica Meridiana Slavonica	Destinacija na dlanu	75.240,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica Meridiana Slavonica	Edukacijom do uspjeha	31.500,00 kn

BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica Meridiana Slavonica	Aktivni turizam na dva kotača. Projekt nije realiziran i sredstva su vraćena HTZ)	30.375,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica grada Nove Gradiške	Novogradiško glazbeno ljeto - NG ljeto	72.000,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica grada Nove Gradiške	Info točka	18.000,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica grada Nove Gradiške	NG e-bike tour	36.000,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica grada Slavonskog Broda	Slavonija fest CMC 200 festival	108.000,00 kn

BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica grada Slavenskog Broda	Postavljanje i održavanje turističke signalizacije na području grada Slavenskog Broda	36.000,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica grada Slavenskog Broda	Uspostava sustava dodjele oznake kvalitete (labeling) za objekte obiteljskog smještaja u Slavenskom Brodu	81.000,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica općine Cernik	Manifestacije Turističke zajednice Cernik	52.200,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica općine Cernik	Novi identitet Turističke zajednice općine Cernik	43.200,00 kn
BRODSKO-POSAVSKA	Turistička zajednica općine Cernik	Nova internetska stranica Turističke zajednice općine Cernik	18.000,00 kn
<b>UKUPNO</b>			<b>629.460,00 kn*</b>

- Navedeni iznos ukupnih sredstava nije uključen u zbroju u ukupne rashode budući da je TZ Brodsko – posavske županije bila samo transfer novca od strane HTZ prema lokalnim TZ temeljem realiziranih projekata.

Nakon provedenog Javnog natječaja za dodjelu sredstava za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinent u 2022.g. s područja Brodsko – posavske županije iz fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent , realizirano je ukupno 14 projekata od 15.

Radi se o TZ Meridijana Slavonica i projektu „Aktivni turizam na dva kotača“ u iznosu od **30.375,00 kn** koji TZ MS **nije realizirala** budući da je od ukupno 8 projekata koje je aplicirala na nacionalne fondove nije mogla osigurati razliku udjela vlastitih sredstava u svim projektima .

Uloga TZ Brodsko – posavske županije u ovim projektima je da smo krajem ožujka objavili Javni natječaj, sa članovima povjerenstva obavila ocjenu i bodovanje te pratila kompletnu realizaciju i financiranje projekata sukladno uputama i smjernicama Hrvatske turističke zajednice.

**Nositelj; TZ BPŽ , HTZ, LTZ**

**Realizacija; 629.460, 00 kn**

## REALIZACIJA – TABLIČNI PRIKAZ

		PRIHODI	Plan za 2022.	Rebalans 2022.	Realizirano 2022.	Indeks Rea/Reb	Struktura realiz. 2022. %
<b>1.</b>		<b>Izvorni prihodi</b>	<b>300.000,00</b>	<b>372.000,00</b>	<b>407.033,06</b>	<b>109,42</b>	<b>16,46</b>
	1.1.	Turistička pristojba	100.000,00	165.000,00	171.773,40	104,11	6,94
	1.2.	Članarina	200.000,00	207.000,00	235.259,66	113,65	9,52
	<b>2.1.</b>	<b>Prihodi iz proračuna općine/grada/županijskog i državnog</b>	<b>700.000,00</b>	<b>700.000,00</b>	<b>701.000,00</b>	<b>100,14</b>	<b>28,33</b>
<b>2.</b>	<b>2.2.</b>	<b>HTZ Sredstva za regionalne TZ potpore TNP – 3 projekta</b>	<b>-</b>	<b>645.212,80</b>	<b>645.212,80</b>	<b>100,00</b>	<b>26,09</b>
	<b>2.3.</b>	<b>HTZ Sredstva za LTZ potpore TNP – 15 projekata*</b>	<b>-</b>	<b>629.460,00*</b>	<b>629.460,00*</b>	<b>100,00</b>	<b>-</b>
<b>3.</b>		<b>Prihodi od sustava turističkih zajednica</b>	<b>200.000,00</b>	<b>113.654,09</b>	<b>113.654,09</b>	<b>100,00</b>	<b>4,60</b>
<b>4.</b>		<b>Prihodi iz EU fondova</b>	<b>18.000,00</b>	<b>54.564,02</b>	<b>44.645,20</b>	<b>81,84</b>	<b>1,81</b>
<b>5.</b>		<b>Prihodi od gospodarske djelatnosti</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>6.</b>		<b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>	<b>300.000,00</b>	<b>538.292,98</b>	<b>538.292,98</b>	<b>100,00</b>	<b>21,76</b>
<b>7.</b>		<b>Ostali prihodi</b>	<b>100,00</b>	<b>16.000,00</b>	<b>23.570,84</b>	<b>147,32</b>	<b>0,95</b>
		<b>Ukupni prihodi</b>	<b>1.518.100,00</b>	<b>2.439.723,89</b>	<b>2.473.408,97</b>	<b>101,38</b>	<b>100,00</b>

		<b>RASHODI</b>	<b>Plan za 2022.</b>	<b>Rebalans 2022.</b>	<b>Realizirano 2022.</b>	<b>Indeks Rea/Reb</b>	<b>Struktura realiz 2022. %</b>
<b>1.</b>		<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>185.000,00</b>	<b>221.000,00</b>	<b>219.489,93</b>	<b>99,32</b>	<b>10,41</b>
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata <b>UDIO HTZ 146.000,00 KN</b>	180.000,00	217.000,00	216.608,58	99,82	10,27
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	5.000,00	4.000,00	2.881,35	72,03	0,14
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	-	-	-	-	-
<b>2.</b>		<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>160.000,00</b>	<b>420.000,00</b>	<b>418.718,49</b>	<b>99,69</b>	<b>19,86</b>
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	-	-	-	-	-
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	25.000,00	30.000,00	31.657,49	105,52	1,50
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	100.000,00	100.000,00	95.000,00	95,00	4,51
	2.4.	Turistička infrastruktura <b>UDIO HTZ 194.500,00 KN</b>	5.000,00	255.000,00	256.590,00	100,62	12,17
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	30.000,00	35.000,00	35.471,00	101,35	1,68
<b>3.</b>		<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>420.000,00</b>	<b>792.000,00</b>	<b>777.674,19</b>	<b>98,19</b>	<b>36,88</b>
	3.1.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture	10.000,00	10.000,00	5.000,00	50,00	0,23
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda <b>UDIO HTZ - 304.720,00 KN</b>	120.000,00	435.000,00	436.810,71	100,42	20,72
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR (studijska putovanja za predstavnike medija)	40.000,00	45.000,00	42.358,31	94,13	2,01
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	25.000,00	37.000,00	45.026,48	34,64	2,14
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice( Sajmovi 50.000,00+ P.P. 50.000,00 )	100.000,00	130.000,00	126.206,11	97,08	5,99
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	15.000,00	32.000,00	28.656,50	89,55	1,36
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	50.000,00	70.000,00	64.612,50	92,30	3,06
	3.8.	Internetske stranice	15.000,00	12.000,00	12.520,00	104,33	0,59
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10.000,00	6.000,00	5.204,00	86,73	0,25
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	35.000,00	15.000,00	11.279,58	75,20	0,53
<b>4.</b>		<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>80.000,00</b>	<b>105.000,00</b>	<b>92.978,76</b>	<b>88,55</b>	<b>4,41</b>
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	5.000,00	7.000,00	6.562,50	93,75	0,31



4.2.	Stručni skupovi i edukacije	15.000,00	25.000,00	18.363,00	73,45	0,87
4.3.	Koordinacija i nadzor	10.000,00	10.000,00	6.348,92	63,49	0,30
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	20.000,00	33.000,00	36.704,34	111,26	1,74
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	30.000,00	30.000,00	25.000,00	83,33	1,19
<b>5.</b>	<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>12.000,00</b>	<b>12.000,00</b>	<b>13.144,66</b>	<b>109,54</b>	<b>0,62</b>
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	12.000,00	12.000,00	13.144,66	109,54	0,62
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	-	-	-	-	-
<b>6.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>465.000,00</b>	<b>580.000,00</b>	<b>586.487,03</b>	<b>101,12</b>	<b>27,82</b>
6.1.	Plaće	360.000,00	360.000,00	356.104,36	98,92	16,89
6.2.	Materijalni troškovi	90.000,00	200.000,00	208.856,09	104,43	9,91
6.3.	Tijela turističke zajednice	15.000,00	20.000,00	21.526,58	107,63	1,02
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	-	-	-	-	-
<b>7.</b>	<b>REZERVA</b>	<b>10.000,00</b>	<b>20.000,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>8.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>9.</b>	<b>FONDOVI - posebne namjene*</b>	<b>186.100,00</b>	<b>629.460,00*</b>	<b>629.460,00*</b>	<b>100,00</b>	<b>-</b>
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	186.100,00	629.460,00*	629.460,00*	100,00	-
<b>TOTAL</b>	<b>Sveukupno;</b>	<b>1.518.100,00</b>	<b>2.150.000,00</b>	<b>2.108.493,06</b>	<b>98,07</b>	<b>100,00</b>

Saldo fonda – višak prihoda nad rashodima 364.915,91 kn

- Fondovi –629.460,00 kn - posebne namjene nisu uključeni u ukupan iznos troškova. Sredstva uplaćena LTZ preko računa TZ BPŽ.

PODACI O ZADUŽENJU I UPLATI BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA 2022.g

<b>Objekt lokacija Grad općina</b>	<b>Zaduženo</b>	<b>Uplata</b>	<b>Razlika</b>
Brodski Stupnik	28.445,00	26.850,00	1.595,00
Bukovlje	1.050,00	0,00	1.050,00
Cernik	6.100,00	7.170,00	-1.070,00
Donji Andrijevc	1.750,00	1.750,00	0,00
Garčin	29.832,00	25.990,00	3.842,00
Gornji Bogičevci	3.200,00	6.400,00	-3.200,00
Gundinci	2.100,00	3.150,00	-1.050,00
Nova Gradiška	80.030,00	77.201,67	2.828,33
Nova Kapela	7.500,00	7.233,33	266,67
Okučani	9.150,00	3.500,00	5.650,00
Oprisavci	560,00	1.350,00	-790,00
Oriovac	10.290,00	6.050,00	4.240,00
Podcrkavlje	2.450,00	0,00	2.450,00
Rešetari	40.225,00	39.635,00	590,00
Sibinj	29.665,00	27.800,00	1.865,00
Sikirevci	1.050,00	1.050,00	0,00
Slavonski Brod	380.460,00	338.686,75	41.773,25
Staro Petrovo Selo	14.020,00	11.450,00	2.570,00
Velika Kopanica	7.570,00	5.910,00	1.660,00
<b>Ukupno</b>	<b>655.447,00</b>	<b>591.176,75</b>	<b>64.270,25</b>

BROJ OBJEKATA, SMJEŠTAJNIH JEDINICA I KREVETA PREMA LOKACIJI (GRADOVIMA I OPĆINAMA) U 2022.GODINI

Objekt lokacija Grad općina	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj objekata
Brodski Stupnik	19	41	2
Bukovlje	1	2	1
Cernik	25	95	8
Donji Andrijevci	1	4	1
Garčin	45	105	7
Gornji Bogičevci	8	16	1
Gundinci	3	6	1
Nova Gradiška	75	160	18
Nova Kapela	13	34	6
Okučani	25	52	4
Oprisavci	5	8	2
Oriovac	26	57	7
Podcrkavlje	2	7	2
Rešetari	23	53	2
Sibinj	26	61	3
Sikirevci	1	2	1
Slavonski Brod	402	944	97
Stara Gradiška	6	12	1
Staro Petrovo Selo	20	32	2
Velika Kopanica	33	68	4
<b>Ukupno</b>	<b>759</b>	<b>1.759</b>	<b>170</b>

TOP 10 STRANIH DRŽAVA S NAJVEĆIM OSTVARENIM BROJEM NOĆENJA (od najviše noćenja u 2022.g. te usporedbom sa 2021.g.)

Top 10	Država	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks noćenja	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks dolasci
1	Njemačka	7.300	4.183	<b>174,52</b>	4.434	2.748	<b>161,35</b>
2	Bugarska	2.725	2.025	<b>134,57</b>	2.470	1.380	<b>178,99</b>
3	Bosna i Hercegovina	2.540	1.604	<b>158,35</b>	1.343	721	<b>186,27</b>
4	Italija	2.499	1.903	<b>131,32</b>	1.600	1.180	<b>135,59</b>
5	Srbija	1.916	1.482	<b>129,28</b>	1.084	668	<b>162,28</b>
6	Švicarska	1.862	933	<b>199,57</b>	1.223	681	<b>179,59</b>
7	Austrija	1.738	944	<b>184,11</b>	1.028	593	<b>173,36</b>
8	Slovenija	1.618	1.703	<b>95,01</b>	1.070	632	<b>169,30</b>
9	Francuska	1.450	1.033	<b>140,37</b>	1.125	812	<b>138,55</b>
10	Rumunjska	1.184	511	<b>231,70</b>	766	405	<b>189,14</b>

BROJ NOĆENJA PREMA VRSTI OBJEKATA U 2022. GODINI

Objekt Vrsta objekta	Noćenja 22	Noćenja 21	Noćenja Indeks
Hoteli	33.638	25.841	130,17
Kampovi	539	174	309,77
Nekomercijalni smještaj	224	636	35,22
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1.092	1.533	71,23
Objekti u domaćinstvu	15.077	11.354	132,79
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	16.738	12.100	124,43
Restorani	0	4	0,00
<b>Ukupno</b>	<b>67.308</b>	<b>51.642</b>	<b>130,34</b>

UKUPAN BROJ TURISTA, NOĆENJA I DOLAZAKA U 2022.g. (USPOREDBA SA 2021.g.)

Vrsta turista	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks dolazaka	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks noćenja	Broj turista 2022	Broj turista 2021	Indeks broj turista
<b>Domaći</b>	15.329	13.586	112,83	29.095	27.303	106,56	15.329	13.586	112,98
<b>Strani</b>	23.739	14.117	168,16	38.213	24.339	157,00	23.739	14.117	168,16
<b>Ukupno:</b>	39.068	27.703	141,02	67.308	51.642	130,34	39.068	27.703	141,02

BROJ NOĆENJA I DOLAZAKA PO TZ U 2022.g (USPOREDBA SA 2021.g.)

Turistička zajednica Naziv	Broj noćenja 2022	Broj noćenja 2021	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka 2022	Broj dolazaka 2021	Broj dolazaka Indeks
(nepoznato)	200	0	0,00	15	0	0,00
Turistička zajednica Brodsko-posavske županije	10.168	7.289	139,50	6.195	4.148	149,35
Turistička zajednica grada - Nova Gradiška	8.108	6.897	117,56	4.031	2.903	138,86
Turistička zajednica grada - Slavonski Brod	41.083	31.952	128,58	24.830	17.742	139,95
Turistička zajednica općine - Cernik	520	960	54,17	138	194	71,13
Turistička zajednica općine - Garčin	2.949	1.373	214,79	1.074	925	116,11
Turistička zajednica područja - Meridiana Slavonica	4.280	3.171	134,97	2.785	1.791	155,50
<b>Ukupno</b>	<b>67.308</b>	<b>51.642</b>	<b>130,34</b>	<b>39.068</b>	<b>27.703</b>	<b>141,02</b>

STRUKTURA DOMAĆEG GOSTA PO ŽUPANIJAMA PORIJEKLA U 2022.g. (USPOREDBA SA 2021.g.)

Županija	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks dolazaka	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks noćenja	Broj turista 2022	Broj turista 2021	Indeks broj turista
Grad Zagreb	4.744	4.230	112,15	8.530	8.100	105,31	4.754	4.238	112,18
Splitsko-dalmatinska	1.306	912	143,20	2.704	1.779	152,00	1.311	914	143,44
Zagrebačka	1.292	1.127	114,64	2.558	2.448	104,49	1.293	1.127	114,73
Primorsko-goranska	1.121	763	146,92	1.987	1.975	100,61	1.121	768	145,96
Osječko-baranjska	885	1.110	79,73	1.552	2.310	67,19	887	1.110	79,91
Brodsko-posavska	777	848	91,63	1.517	1.517	100,00	785	854	91,92
Sisačko-moslavačka	498	376	132,45	1.147	753	152,32	499	377	132,36
Vukovarsko-srijemska	474	544	87,13	1.104	1.190	92,77	477	546	87,36
Istarska	624	547	114,08	1.079	967	111,58	626	548	114,23
Zadarska	696	415	167,71	1.060	636	166,67	698	415	168,19
Krapinsko-zagorska	294	364	80,77	812	976	83,20	294	364	80,77
Varaždinska	378	515	73,40	771	1.216	63,40	382	515	74,17
Dubrovačko-neretvanska	386	323	119,50	760	553	137,43	388	323	120,12
Karlovačka	331	227	145,81	598	390	153,33	331	227	145,81
Požeško-slavonska	316	256	123,44	501	386	129,79	322	257	125,29
Virovitičko-podravska	211	157	134,39	475	375	126,67	211	157	134,39
Međimurska	239	208	114,90	470	477	98,53	239	208	114,90
Koprivničko-križevačka	208	179	116,20	448	375	119,47	208	179	116,20
Bjelovarsko-bilogorska	214	173	123,70	441	294	150,00	214	173	123,70
Šibensko-kninska	253	202	125,25	431	443	97,29	255	202	126,24
Ličko-senjska	82	110	74,55	150	143	104,90	84	110	76,36
Nautika	0	0	0,00	0	0	0,00	0	0	0,00
<b>Ukupno:</b>	<b>15.329</b>	<b>13.586</b>	<b>112,83</b>	<b>29.095</b>	<b>27.303</b>	<b>106,56</b>	<b>15.379</b>	<b>13.612</b>	<b>112,98</b>

*U Slavonskom Brodu, veljača 2023.g.*

*Direktorica Turističke zajednice Brodsko – posavske županije,*

*Ružica Vidaković, univ. spec. oec.*