



## **PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE BARANJE ZA 2023. GODINU**



**Autor fotografije: Nenad Milić**

Studeni, 2022.

## I. UVOD

Na temelju članka 55. i 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/40) ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske donosi Metodologiju i obavezne upute za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada za sve razine sustava turističkih zajednica.

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju u godišnjem programu rada, koji prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) obavezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna finansijska sredstva za njihovo izvršenje te posebno planirane zadatke i finansijska sredstva predstavništava i ispostava kada je riječ o Hrvatskoj turističkoj zajednici .

Program rada Turističke zajednice Baranje za 2023. godinu koncipiran je na temelju zadanih mu zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalnog plana razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine, Master plana razvoja turizma Osječko-baranjske županije 2017.-2025. godine, Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025., te Strateškom marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. godine. Sukladno tome, Turistička zajednica Baranje kao lokalna destinacijska menadžment organizacija, tijekom razdoblja 2023. godine provodit će aktivnosti proizašle iz zadaća turističkih zajednica definiranih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 52/2019; 42/2020) i Statutom Turističke zajednice, a koje su usmjerene na tri glavna pravca djelovanja:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkog proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a

osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Kratkoročni strateški ciljevi kroz provođenje programskih aktivnosti Turističke zajednice Baranje za 2023. godinu su daljnje promotivne aktivnosti postojećih turističkih proizvoda i programa, intenzivnija suradnja sa sustavom turističkih zajednica i turističkim subjektima te lokalnom samoupravom, očuvanje i uspostava tradicije kroz sadržajno oblikovanje manifestacijskih ciklusa na područjima kulturnog, sportskog, gospodarskog, lovno-ribolovnog turizma te kroz razvoj i unapređenje selektivnih oblika turizma kreiranjem novih turističkih proizvoda temeljenih na kulturnim, eno i gastro, prirodnim i povijesnim turističkim resursima, razvoj cikloturizma i uključivanje postojećih turističkih proizvoda u turističku ponudu kontinentalnog dijela Hrvatske. Promotivne aktivnosti i brendiranje destinacije će se provoditi zajedno s regionalnom Turističkom zajednicom Osječko – baranjske županije. Svim planiranim aktivnostima svrha je oblikovanje destinacije u suvremenu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju, uz aktiviranje svih raspoloživih resursa u cilju intenziviranja dolazaka i noćenja u otežanim uvjetima uzrokovanim pandemijom korona virusa, visoko fokusiranu usmjerenost na gosta te poboljšanje ponude koja se nudi gostima u tranzitu.

## BUDUĆNOST TURIZMA: TRENDÖVI U 2023. GODINI

Globalna kriza sektora izazvana pandemijom bolesti virusa COVID-19 utjecala je drastično na promjene u slobodi kretanja te posljedično u ponašanju potrošača-turista. Nijedna kriza do sada nije ostavila tako dubok trag u jednom od najbrže rastućih sektora na svijetu. 2020. je bila godina u kojoj je međunarodni turizam gotovo potpuno stao, a jedina alternativa bio je domaći turizam. Tijekom 2021. godine došlo je do nekih poboljšanja, no vrlo suptilnih jer su ograničenja bila na snazi, a mnoge zemlje su držale svoje granice potpuno ili djelomično zatvorene. Tijekom 2022. godine situacija se uvelike promjenila, međutim situacija s pandemijom, te geopolitička situacija u svijetu i dalje utječe na trendove u turizmu. Na osnovu određenih procjena moguće je govoriti o novim turističkim trendovima koji će se pojaviti u narednoj godini.

Svjetska turistička organizacija sumira nekoliko ključnih trendova za 2023.: međunarodna putovanja s prijevoznicima i na odredišta koja se još uvijek pridržavaju ograničenja kako bi se potrošaču ponudila potpuna sigurnost, pojačana testiranje na COVID-19 i dalje će biti na snazi kao preventivna mjera dvije godine nakon pandemije, zagovaranje putovanja s produljenim trajanjem boravka s ciljem uživanja što je više moguće u svakom mjestu koje posjećuju i „zelena“ putovanja uz povećanu odgovornost slijedom klimatskih promjena. Uz to, UNWTO navodi „edu-vanture“ kao novi trend koji spaja edukacije i odmor za najmlađe članove obitelji. Dok će odrasli možda morati raditi na daljinu ili sudjelovati na sastancima, njihova djeca mogu raditi radionice i učiti na razigran način.

U Hiltonovom novom izvješću o trendovima putovanja za 2023 godinu, jedan od glavnih trendova koji izvješće ističe je podizanje svijesti o okolišu i utjecaju turizma na lokalne zajednice. S obzirom na to da je pandemija gotovo zaustavila svjetsko gospodarstvo, ljudi su shvatili da je održivost ključna za opstanak s dobrobitima koje se šire kroz društvo. Turizam u zajednici, ekološki odmor, smanjenje stope ugljika neka su od područja za koja se povećava interes. Zeleni trend razvija se prema održivosti kao postulatu življenja koji prati trend kupovanja hrane i suvenira od malih lokalnih proizvođača i angažirani pristup turizmu s naglaskom na doprinos lokalnoj ekonomiji i čuvanju okoliša. Tu Baranja svakako ima svoje mjesto.

Također, predviđa se rast veličina grupa koje putuju i povećanu potrošnju jer klijenti traže poseban kako programski tako i sigurnosni tretman. Grupna putovanja karakteriziraju individualno krojene ture koje obuhvaćaju manje skupine ljudi koji se međusobno poznaju ili velike grupe koje se sastoje od šire obitelji ili bliskih prijatelja i njihovih obitelji. Prvo, jer nakon gotovo dvije godine digitalnog života, većina žudi za osobnim dodirom i osobnim interakcijama. Drugo, zato što putovanje s grupom ljudi koji su jedni drugima poznati stvara svojevrsni sigurnosni balon. Proteklih nekoliko godina bilo bi beskrajno teže bez Zooma, Microsoftovih timova, FaceTimea i WhatsAppa, ali oni nisu zamjena za mogućnost viđanja prijatelja u stvarnom životu. 2023.

I dalje velik broj ljudi žele putovati unutar zemlje ili na kratka odredišta. Ako postoji ikakva šansa za globalno zatvaranje, ne riskiraju ostanak daleko od kuće. Osim toga, ograničenja putovanja, uključujući zahtjeve za testiranje i karantenu, također tjeraju ljude da se odluče za domaća putovanja ili unutar iste regije. U slučaju Hrvatske to znači nastavak većeg interesa za kontinentalne destinacije koje imaju obrnutu sezonalnost od destinacija na priobalju.

Kad je riječ o stranim gostima, autodenominacije će imati prednost i u 2023. godini, a kontinentalnim destinacijama, što podrazumijeva i Baranju u fokusu će biti domaće tržište. Zanimljivo je i iznimno visoko povećanje noćenja auto-gostiju iz Poljske koje se bilježi u 2021 i 2022., godini za područje TZ Baranje.

Trend rasta privatnog smještaja će se nastaviti i u 2023. godini, jer je lakše održavati fizičku udaljenost u izdvojenoj jedinici. I na području TZ Baranje tijekom zadnje dvije godine najviše upita je bila za izdvojene kuće za odmor i obiteljska gospodarstva u ruralnom prostoru. U ruralnim destinacijama prevladava privatni smještaj, a ruralne destinacije su popularnije zbog bijega iz urbanih sredina gdje je teže održavati distancu. Proizvod koji je vrlo tražen na domaćem tržištu je ruralni turizam, posebno doživljaji na OPG-u koji nude susret s domaćim životinjama, radionice kuhanja i općenito „uranjanje“ u lokalno iskustvo.

Kao i zadnjih nekoliko godina nastavlja se trend otkrivanja autentičnih destinacija, gdje je moguće doživjeti lokalno iskustvo u smislu načina života, od pripreme hrane, sudjelovanja u običajima, učenja novih vještina i slično. Putovanje više ne predstavlja trošak, već postaje ulaganje u samoga sebe. Baranja nudi pregršt autentičnih iskustava, koje ponuđači tek trebaju valorizirali kroz ponudu i naplatu te vrste iskustava.

## **ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

### **Istraživanje i analiza tržišta**

Svjetska pandemija uzrokovana koronavirusom uvelike je pogodila turistički sektor. Brojne mјere koje su spriječile rad ugostiteljskih objekata, zatvaranje državnih granica, održavanje javnih događanja i ostalih prepreka koje su onemogućile neometani rad turističkih dionika, rezultirale su padom turističkih noćenja i dolazaka u odnosu na godine prije pandemije. Dodatna prijetnja turističkom sektoru je trenutna geopolitička situacija. Trenutna politička nestabilnost (agresija na Ukrajinu) je dodatno zakomplicirala gospodarska i financijska kretanja. Teško je prognozirati u kojoj mjeri će rast inflacije, porast cijena energenata te najavljeni globalni nestasici hrane utjecati na turizam.

Baranja je destinacija u kojoj turistička sezona traje tijekom cijele godine. Ali prema statističkim podatcima može se reći kako su proljeće i jesen godišnja doba u kojima se ostvaruju najviši rezultati. Evidentno je kako broj stranih turista raste i u ljetnim mjesecima

(srpanj i kolovoz) što to do sada nije bio običaj. Riječ je o turistima u tranzitu koji su na putu prema moru odabrali Baranju kao međudestinaciju na putu ka krajnjem odredištu.

Tijekom 2022. godine zabilježen je oporavak turističkog tržišta na području Republike Hrvatske. Bez obzira na daljnji utjecaj pandemije Covid-19 na kretanja na tržištu, Baranja je ostvarila odlične rezultate kao destinacija poznata po svojim seoskim domaćinstvima, ruralnim kućama za odmor, a sve više i ruralnim vilama. Upravo su ovo smještaji koji turistu nude izoliranost od ostalih gostiju, nude sigurnost u slučaju nastavka pandemije i poseban doživljaj mira, tišine i idile odmora na selu. Zdrava i domaća hrana, čist zrak, priroda, domaće životinje, izoliranost, poznato baranjsko gostoprimstvo sve ovo su prednosti koje Osječko – Baranjska župnija ima i koje se planiraju plasirati turistima tijekom budućeg 2023. godine kao motiv za dolazak. Bitno je naglasiti da se broj registriranih kreveta i tijekom pandemije nije smanjio, naprotiv - broj registriranih kreveta je povećan. Na osnovu dostupnih podataka, ovaj trend otvaranja novih smještajnih kapaciteta biti će nastavljen i tijekom 2023. godine.

Tijekom 2022. Godine TZ Baranje je u suradnji sa RTZ Osječko – baranjske županije povećala promotivne aktivnosti kako bi regija Baranje bila što više prezentirana potencijalnom gostu. Nastavno na trendove iz 2022. godine, u 2023. godini planira se dodatno povećati ulaganje u povećanje promotivnih aktivnosti kojima će se povećati broj turističkih noćenja i dolazaka, ali u konačnici sve ovisi o razvoju situacije s virusom Covid-19, otvaranju granica te mogućnosti kretanja turista. U slučaju nastavka pandemije i u 2023. godini promocija destinacije i će biti fokusirana na domaće tržište koje je i tijekom 2022. godine imalo velik u ukupnom broju dolazaka i noćenja.

#### Operativni ciljevi TZ Baranje za 2023. godinu

- Uživo pokrivanje nadolazećih događanja kroz Story i live video sadržaje, što se pokazalo izvrsnim načinom za povećanje vidljivosti evenata.
- Na Facebooku staviti fokus na objave koje komuniciraju događanja i članke, a na Instagramu komunikaciju usmjeriti na prirodne ljepote, kulturne i turističke potencijale Baranje koje ostvaruju najbolje rezultate po pitanju postotka interakcija u odnosu na broj pregleda.
- Na Facebook oglašavanju staviti fokus na publiku od 25-54, a na Instagramu od 25-44 godine kako bi ostvarili još bolje rezultate oglašavanja.

- Testirati publiku iz Dalmacije, Kvarnera i Istre koje nam Facebook predlaže kao potencijalno zainteresirane regije odnosno ciljana tržišta

Strateški ciljevi TZ Baranje:

- povećanje ukupne konkurentnosti destinacije na ciljanim tržištima
- unaprjeđenje sustava upravljanja destinacijom
- stvaranje konkurentnih i diferenciranih turističkih proizvoda
- razvijanje znanja i vještina ljudskih kapaciteta u turizmu
- povećanje prihoda od turizma

Također je bitno naglasiti kako kreiranje novih i poboljšanje postojećih turističkih manifestacija utječe na povećan broj dolazaka gostiju što se može primijetiti kroz povećanu popunjenoš kapaciteta za vrijeme trajanja istih. Shodno tome i za 2023. Godinu planirano je potencijalno uvođenje novih manifestacija te poboljšanje već postojećih.

### **Mjerenje učinkovstva promotivnih aktivnosti**

U razdoblju od siječnja do listopada, Facebook stranica i sadržaj koji je objavljen na profilu Visit Baranje korisnicima se prikazao 2,401,020 puta kroz 190 objavljenih objava, a zajednica je narasla za 2,336 člana (Page Likes).

S ciljem poticanja posjete Baranji, naglasak objava bio je na prirodnim ljepotama Baranje te na baranjskim manifestacijama kao što je Wine &Walk, Fišijada, Vinski bor maraton, Advent u Baranji itd.

Na stranici su redovno pružane informacije o terminima događaja i otkazivanjima istih, a nakon svakog eventa objavljeni su foto i video materijali kroz albume uz popratni zanimljivi copy. Članovi zajednice vole Facebook albume te se na fotografijama redovno "pronalaže" te međusobno označavaju. Broj interakcija ostvarenih na stranici u obliku lajkova, komentara, dijeljenja i slično, iznosi 99 830.

Fotografije prirodnih ljepota u produkciji lokalnih fotografa, Nenada Milića i Dubravka Franjina te podijeljene fotografije posjetitelja Baranje, ostvaruju odlične rezultate po pitanju reakcija

Instagram zajednica veća je za 800 pratitelja, a objavama je ostvareno 489 396 pregleda i 19 488 interakcija.

U prvih šest mjeseci suradnje s agencijom Bamboo Lab su održana 4 *on spot* pokrivanja događaja putem Instagrama te je objavljeni ukupno 265 Instagram Storyja.

Na Instagramu je objavljeni ukupno 15 kratkih videa u vertikalnom formatu. Videu su primarno fokusirana na baranske događaje i specijalitete kako bi što više pratitelja potaknuli na posjet Baranje. Instagram Reelsi odličan su način za dosezanje većeg broja osoba organskim putem, a dosadašnjim videima dosegnuli smo 65 822 osobe. Po broju pregleda ističe se Reels koju komunika raznovrsnost baranjskih specijaliteta s 10 300 pregleda te after movie s Čvarakfesta s 12 tisuća pregleda.

## Oglašavanje na društvenim mrežama

Kroz 6 mjeseci uloženo je 1.136,39€ u oglašavanje na Visit Baranja društvenim mrežama. Oglasi su pregledani ukupno 1 622 915 puta, a ostvareno je 47 048 klikova na oglase. U proteklom periodu CPC (cijena po kliku) iznosi €0,02€ što je za **98.7%** bolja, odnosno manja cijena od prosječnih 1,54 € po kliku. Kampanjama se dosegnulo najviše do osoba u dobi od 25-34 godina.

Najviše pregleda oglasa ostvarili smo na području Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske županije te Zagreba i okolice. Najveći interes prema CTR metrici pokazala je publika iz Virovitičko-podravske, Brodsko-posavske i Bjelovarsko-bilogorske županije.

U odnosu na Instagram, Facebook oglasi su ostvarili bolje rezultate prema idućim metrikama: CTR (postotak reakcija na oglas u odnosu na broj pregleda), CPM (cijena za 1000 pregleda oglasa), CPC (cijena po kliku). Razlog tome je nešto zrelija publika koja više putuje i prati novosti/događanja putem Facebooka.

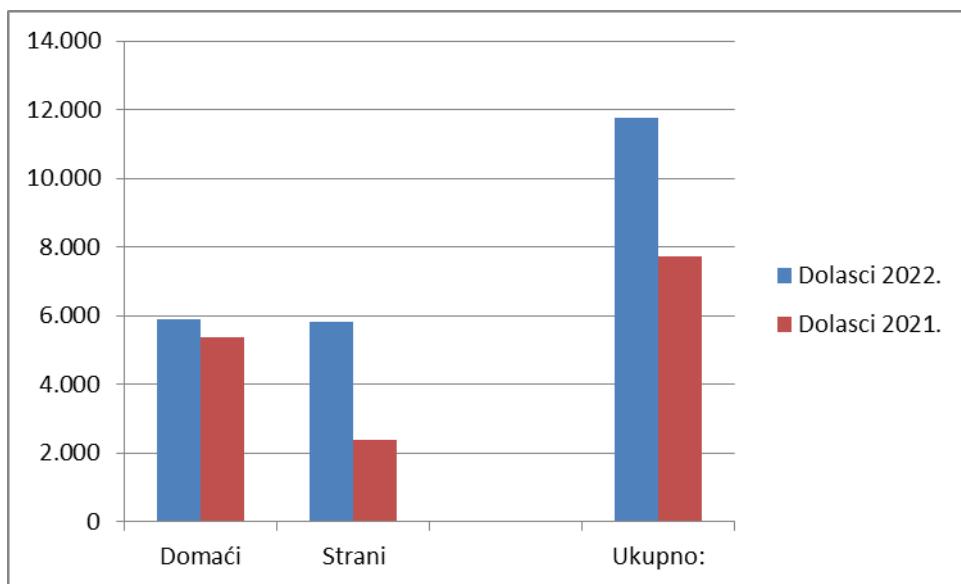
Prema rezultatima oglašavanja, vidljivo je da publiku odlično reagira na oglase koji prikazuju prirodu poput zimske idile ili šetnje vinogradom. Page Post Engagement oglasi za navedene objave su ostvarili najbolju moguću ocjene *Above Average* za sve tri kategorije (*Quality ranking, Engagement rate ranking i Conversion rate ranking*).

Prema CPR metrici (cijena po rezultatu), kampanje koje su ostvarile najbolje rezultate bile su u video formatu. Neke od najboljih kampanja su Vinatlon s cijenom od 0,01 €

## II. REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA OSTVARENOG U 2022. GODINI

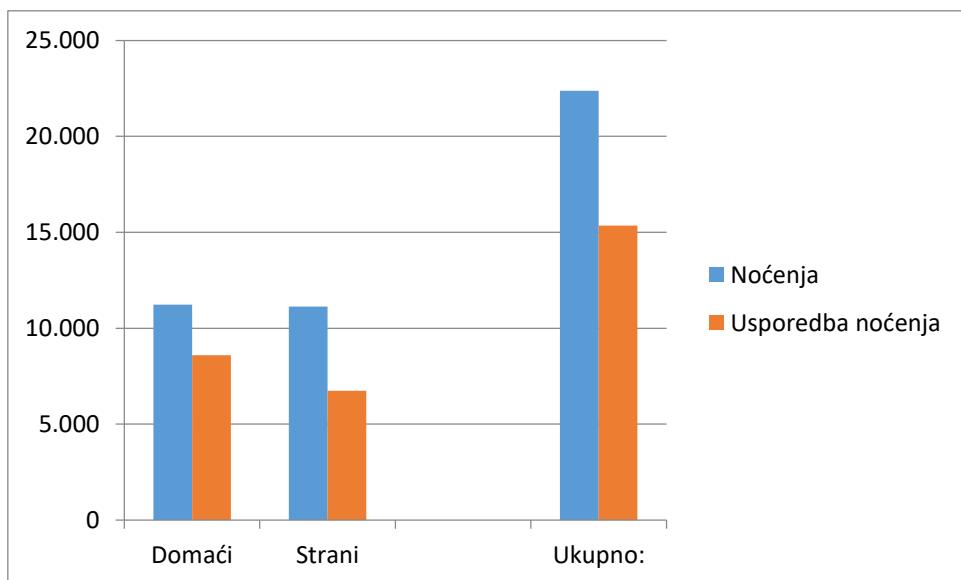
Nakon pandemijskih 2020. godine i djelomično 2021. godine, 2022. godina je donjela potpuni oporavak na turističkom tržištu u cijelom svijetu. Takvi trendovi nisu zaobišli ni područje djelovanja Turističke zajednice Baranje. Rezultat oporavka tržišta, kvalitetne i ciljane promocija se najbolje očituje u rezultatima koji su ostvareni tijekom 2022. godine.

Uzimajući u obzir promatrano razdoblje od 01. siječnja do 08. studenog 2022. godine u odnosu na isto razdoblje 2021. godine, broj dolazaka na područje djelovanja Turističke zajednice Baranje je povećan za 51,73 % odnosno ukupan broj gostiju koji su posjetili našu destinaciju je skočio na **11.747** gostiju tijekom 2022. godine u odnosu na **7.742** gosta tijekom 2021. godine. Ovakvo povećanje je uzrokovano povratkom stranih gostiju kojima je broj u 2022. god. porastao za **146 %**, u brojkama broj stranih gostiju je skočio sa **2.366** u 2021. god. na **5.838** u 2022. god. Isto tako broj domaćih gostiju je porastao **9,91%** sa **5.376** (2021) na **5.909** (2022).

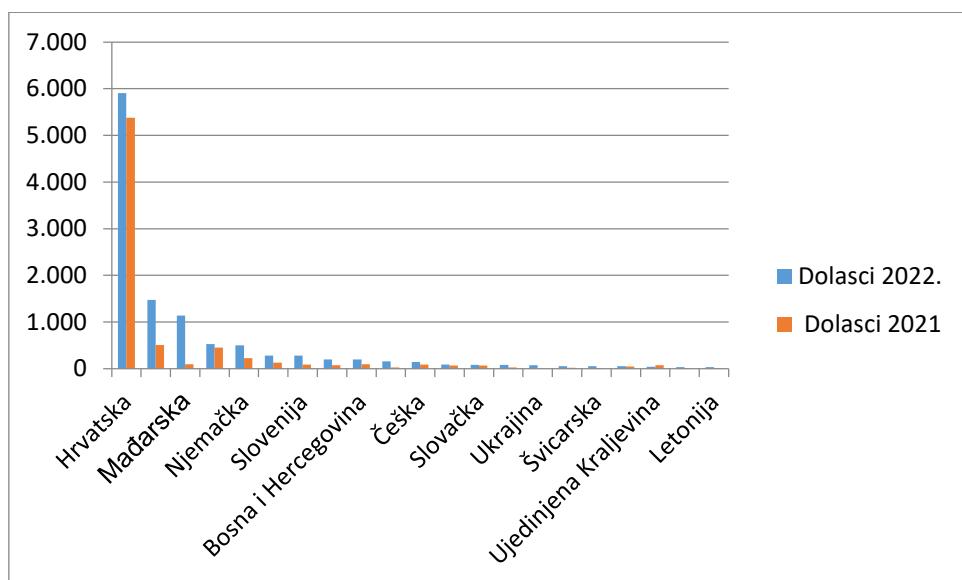


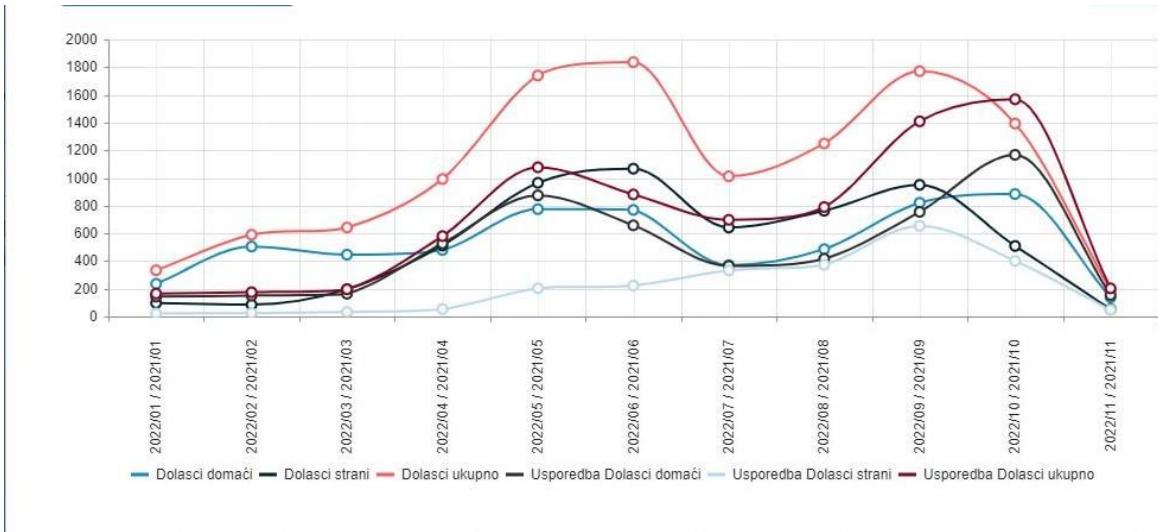
Kada analiziramo ostvareni broj noćenja za gore navedeno promatrano razdoblje primjećujemo određene razlike u odnosu na ukupan broj ostvarenih dolazaka. Tijekom promatranog razdoblja u 2022. god. ostvareno je **22.368** noćenja što je **45,74 %** više u odnosu na **15.348** ostvarenih noćenja u promatranom razdoblju 2021. god. Iako je ukupno povećanje u broju ostvarenih noćenja relativno slično s povećanjem broja doalzaka, razlika se može primjetiti u kategorijama domaćih i stranih gostiju. Domaći gosti su ostvarili **11.232** noćenja (2022) što je **30,6%** više noćenja u odnosu na **8.600** noćenja (2021). Kako je već gore navedeno da je broj dolazaka domaćih gostiju porastao za 9,91%, ovakovo povećanje u ostvarenim noćenjima nam govori da se domaći gost u prosjeku zadržava dulje nego što se zadržavao tijekom 2021. god. Strani gosti su tijekom promatranog razdoblja 2022. god. ostvarili **11.136** noćenja što je **65%** u odnosu na **6.738** ostvarena noćenja u 2021. god. Ako i ovu kategoriju usporedimo sa gore navedenim dolascima vidljivo je da je broj ostvarenih noćenja nije u potpunosti ispratio povećanje u broj ostvarenih dolazaka, Kako je već navedeno broj ostvarenih dolazaka je povećan za 146% a broj ostvarenih noćenja je povećan „samo“ za 65%.

Uspoređujući ukupne omjere zaključujemo da je omjer ostvarenih dolazaka domaćih i stranih gostiju gotovo identičan tj. domaći gosti su tijekom 2022. god. ostvarili 50,3% a strani 49,7% ukupnog broja dolazaka. Tijekom 2021. god. taj omjer je bio 69,4% naspram 30,6% što je i razumljivo s obzirom na posljedice i djelomičan utjecaj pandemije COV-19 u 2021. god. Relativno su slični odnosi i u kategoriji ostvarenih noćenja u 2022. god. gdje su domaći gosti ostvarili 50,2% a strani 49,8% ukupnog broja noćenja.

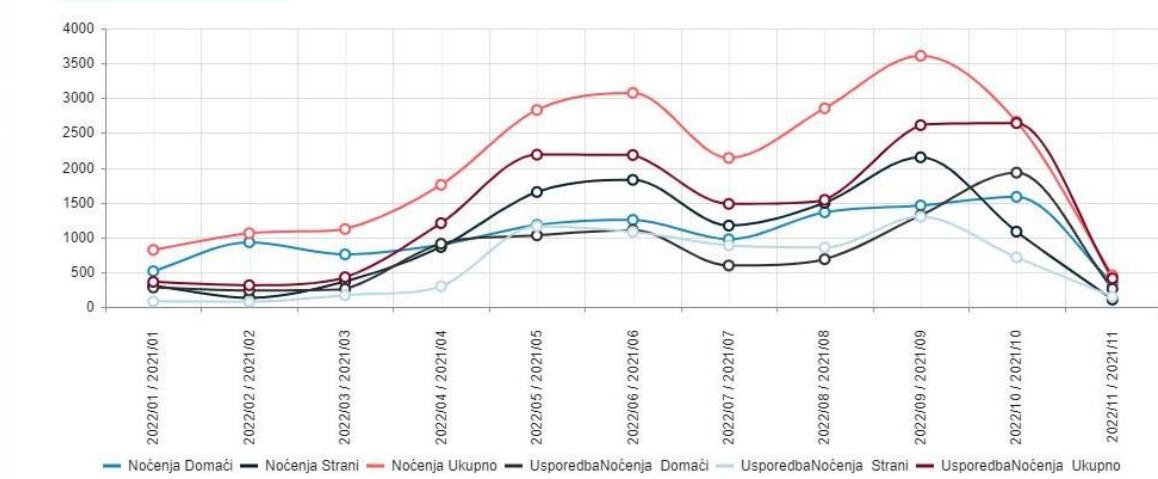


Ukoliko analiziramo tržište po domicilu gosta vidljiv je fascinantan skok u broju dolazaka s mađarskog tržišta. Mađarski gosti su u 2021. god. ostvarili 95 dolazaka i 173 noćenja dok su tijekom 2022. god. ostvarili 1.135 dolazaka i 1.773 noćenja. Primjetan je i povratak gostiju iz SAD-a (postupan oporavak cruising turizma) koji su ostvarili 1.476 dolazaka (2022) u odnosu na 505 dolazaka (2021). Primjećuje se i postupan rast gostiju iz Poljske koji su ostvarili 529 dolazaka (2022) u odnosu na 448 (2021). Poljski gosti većinu svojih dolazaka ostvaruju tijekom srpnja i kolovoza što je poboljšalo i samu statistiku ljetnih mjeseci. Također, vidljiv je i povratak gostiju iz njemačke koji u prosjeku ostaju najduže. Njemački gosti su ostvarili 502 dolaska (2022) u odnosu na 226 (2021) ali su istovremeno ostvarili 1532 noćenja (2022) što je u prosjeku više od 3 dana što ih svrstava na 3 mjesto po broju ostvarenih noćenja iza Mađara i Amerikanaca.





Što se tiče analize sezonalnosti destinacije i dalje su najbolji rezultati tijekom rujna, listopada, lipnja i srpnja, međutim primjećuje se zavidan skok u broju ostvarenih noćenja i dolazaka u srpnju i kolovozu. Zanimljivo je da je broj ostvarenih noćenja u srpnju i kolovozu neznatno veći od ožujka i travnja što je i razumljivo jer većinu gostiju tijekom ljetnih mjeseci čine gosti iz Njemačke i Poljske koji se u prosjeku duže zadržavaju.



### **III. PLAN PRIHODA TZ BARANJE ZA 2023. GODINU**

Prihodi Turističke zajednice regulirani su Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama i Zakonom o turističkoj pristojbi, a planiraju se i proračunom JLS-a s područja djelovanja TZ Baranje o sufinanciranju djelatnosti i manifestacija, ugovorima sa Županijom o financiranju manifestacija i/ili sudjelovanjima na istima, prihodima od gospodarske djelatnosti, prihodima od sustava turističkih zajednica, prenesenim prihodima iz prethodne godine te ostalim prihodima.

Prigodom planiranja vodilo se računa i o sljedećem:

- 1. siječnja 2020. na snagu je stupio novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma temeljem čijih odredbi je Hrvatska turistička zajednica izradila novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava,
- u skladu s odredbama novog zakona, lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne su se u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom,
- aktivnosti sustava turističkih zajednica u novom zakonodavnom okviru bit će u funkciji jačanja lokalnih inicijativa, potpunije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa, boljeg povezivanja lokalnih dionika u stvaranju konkurentnih turističkih proizvoda te poticanja udruživanja turističkih zajednica i jedinica lokalne samouprave u jedinstvene destinacije radi provođenja zajedničkih aktivnosti, i to bez obzira na administrativni ustroj.

#### **Izvorni prihodi:**

Kao prepostavka za planiranje izvornih prihoda (turistička pristojba i članarina) u 2023., u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa ostvaren do 08.prosinca 2022., gospodarska i tržišna kretanja, najava otvaranja novih turističko-ugostiteljskih i trgovačkih objekata i efikasnija naplata turističke članarine od strane Porezne uprave

Izvorni prihodi će u 2023. godini u najvećem dijelu ovisiti o razvoju situacije s globalnom pandemijom COVID-19, geopolitičkom i energetskom situacijom u svijetu. (zatvaranju i

otvaranju granica, mogućnošću kretanja turista, gospodarskoj aktivnosti i sl.). Međutim ako ne

1. Prihodi od boravišne pristojbe .....100.000,00 kn, 13.272,28 €
2. Prihodi od turističke članarine.....150.000,00 kn, 19.908,42 €

#### **Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog**

Navedeni prihodi iz proračuna Grada i Općina osnivača ostvaruju se na temelju izglasanih proračuna i pripadajućim rješenjima, a odnose se na sufinanciranju djelatnosti Turističke zajednice Baranje.

3. Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog ..... 450.000,00 kn, 50.725,27 €

Planirani prihodi iz proračuna JLS za funkcioniranje turističkog ureda za 2023. godinu:

JLS	ZA RAD UREDA	MANIFESTACIJE	UKUPNO
Beli Manastir	0,00 0,00	100.000,00 13.272,28 €	100.000,00 13.272,28€
Kneževi Vinogradi	110.000,00 19.908,42€	150.000,00 19.908,42€	260.000,00 39.816,84€
Darda	20.000,00 2.654,46€	0,00	20.000,00 2.654,46€
Popovac	25.000,00 3.318,07€	0,00	25.000,00 3.318,07€
Petlovac	25.000,00 3.318,07€	0,00	25.000,00 3.318,07€
Jagodnjak	10.000,00 1.327,23€	0,00	10.000,00 1.327,23€
Čeminac	10.000,00 1.327,23€	0,00	10.000,00 1.327,23€
UKUPNO	200.000,00 26.544,56€	250.000,00 33.180,71€	450.000,00 50.725,27€

## **Prihodi od sustava turističkih zajednica**

Prihodi od sustava turističkih zajednica predstavljaju prihode koje dodjeljuje Hrvatska turistička zajednica iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, a koje transferira lokalnim turističkim zajednicama nadležna institucija temeljem Javnih poziva ili uredbi.

Prihodi od sustava turističkih zajednica predstavljaju također prihode iz Fonda za projekte formalno i neformalno udruženih TZ-a i JLS-a, uz prethodnu suglasnost Ministarstva turizma i sporta, a odnose se na razvoj i oblikovanje područja Baranje u jedinstvenu, usklađenu i na tržištu afirmiranu destinaciju. Navedeni prihod se ostvaruje prema odluci Ministarstva turizma i sporta.

4. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu ..... 150.000,00 kn, 19.908,42 €

5. Fond za projekte neformalno udruženih turističkih zajednica..... 50.000,00 kn, 6.636,14 €

6. Fond za projekte formalno udruženih turističkih zajednica..... 550.000,00 kn, 72.997,54 €

## **Prihodi od gospodarske djelatnosti**

Navedeni prihodi se odnose na prihode ostvarene kroz kotizacije manifestacija Najveća hrvatska fišijada, Gator fest - Wine & walk, Winter Wine & walk te Advent u Baranji. Tim prihodima se ujedno i pokrivaju određeni troškovi organizacije same manifestacije. Ostali prihodi su ostvareni iznajmljivanjem marketinškog prostora na web stranicama TZ Baranje te iznajmljivanjem štandova na manifestacijama.

7. Prihodi od gospodarske djelatnosti.....150.000,00 kn, 19.908,42 €

## **Preneseni prihod iz prethodne godine**

Preneseni prihod iz prethodne godine se odnosi na planirani višak prihoda iz prethodne godine koji se koristi kao rezerva za izvanredne situacije u tekućoj godini

8. Preneseni prihod iz prethodne godine .....10.000,00 kn, 1.327,23

## **Ostali prihodi**

Ostali prihodi predstavljaju donacije pravnih i fizičkih osoba u svrhu potpore provođenja određenih aktivnosti Turističke zajednice, prihode dragovoljnih članova Skupštine, prihode od kamata po računu i sl. Navedeni prihodi se ostvaruju sukladno terminskom planu aktivnosti Turističke zajednice.

9. Ostali prihodi..... 20.000,00 kn, 2.654,46€

## **IV. PLAN RASHODA TZ BARANJE ZA 2023. GODINU**

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

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

**Opis:** TZ Baranje nastaviti će djelovati tijekom razdoblja 2023.. godine prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalnog plana razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine, Master planu turizma Osječko-baranjske županije (ciljevi postavljeni do 2025. g.), Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025., te Strateškom marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. g. Dva zadnja dokumenta izradio je Institut za turizam za Klaster Slavonija, u okviru projekta koji je financirala Hrvatska turistička zajednica u suradnji s Ministarstvom turizma. Ujedno će se sudjelovati pri izradi strateških/operativnih/komunikacijskih i akcijskih dokumenata na razini područja djelovanja TZ Baranje, županije ili šire.

Ova aktivnost nije izražena u finansijskom smislu, ali se ovdje navodi radi zakonskih obveza.

**NOSITELJI I PARTNERI:** TZ Baranje, RTZ OBŽ, OBŽ, HTZ

**SREDSTVA:** 0,00 kn

**IZVOR SREDSTAVA:** PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

**ROK:** 2023.

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

**Opis:** Za potrebe izrade strategije promocije i komunikacije te kasnije operativnog i akcijskog plana provesti će se analiza dostupnih offline i online podataka o proizvodima destinacije, publici i njezinoj vrijednosti po ključnim segmentima, percepciji i pozicioniranosti brenda, trenutne promotivne pozicije događanja te analiza konkurenčije s namjerom identifikacije problema, nezadovoljenih potreba i želja dionika na području djelovanja TZ Baranje s jedne strane te razine zadovoljstva korisnika pojedinih usluga s druge strane provest ćemo istraživanje tržišta putem upitnika. Tijekom 2023 godine će se završiti i ispitivanje tržišta za područje općine Kneževi Vinogradi od strane agencije „Tomas“ financirano od strane HTZ-a. Na osnovu ovog ispitivanja se određuju potrebe, trendovi i kretanja u turizmu na području cijele Baranje.

**Cilj:** Analiza tržišta kao temelj stvaranja nove vrijednosti u promociji, utvrđivanje zadovoljstva dionika u turizmu suradnjom s TZ Baranje i korisnika usluga destinacije kvalitetom istih.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Vanjska agencija

SREDSTVA: 0,00 kn godišnje

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: 2023.

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

**Opis:** TZ Baranje provoditi će mjerenje učinkovitosti online promotivnih aktivnosti alatima implementiranim u web stranice TZ Baranje (Google analytics) te putem društvenih mreža TZ Baranje (doseg, konverzija, engagement).

**Cilj:** Analiza tržišta kao temelj stvaranja nove vrijednosti u promociji, utvrđivanje zadovoljstva dionika u turizmu suradnjom s TZ Baranje i korisnika usluga destinacije kvalitetom istih.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Vanjska agencija

SREDSTVA: 0,00kn godišnje

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: 2023.

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Nastavno na iskustva iz prijašnjih godina planira se realizacija manifestacija i događanja koja su postala važna za naše područje, a prema mogućnostima osigurati će se sredstva za potporu manifestacijama koje su u organizaciji resornih udruga.

Sve manifestacije će se adekvatno promovirati kako bi se ostvarila što veća posjećenost i postiglo obostrano zadovoljstvo, kako posjetitelja, tako i organizatora. U nekim manifestacijama TZ Baranje je nositelj i organizator, dok se kod drugih manifestacija pojavljuje kao suorganizator. Kako je već gore navedeno, manifestacije su bitan dio ponude Baranje i kao takve utječu na sezonalnu popunjenošć destinacije. Također je bitno naglasiti da smo tijekom 2021. godine dobili 2 nove manifestacije: *BRUT* u Belom Manastiru i *Vinatlon* u Zmajevcu, a u 2022. godini je realiziran prvi Baranja wiinter wine & walk koji je TZ Baranje financijski i organizacijski pripomogao.

**U 2023. godini u planu je održavanje slijedećih manifestacija:**

**2.2.1. Opis: Petaračke buše**, Baranjsko Petrovo Selo - Očuvanje stoljećima stare tradicije sela uz gastronomsku ponudu i zabavni program. Tri dana za redom održavaju se pokladne povorke, kulturno-umjetničke priredbe, oblačenje članova KUD-a i ostalih mještana sela u "male", „lipe“ i „strašne“ buše. Organizirat ćemo promotivne aktivnosti navedene manifestacije u suradnji s udrugom Petaračke buše. Događaj ćemo promovirati u Osijeku na Sajmu antikviteta.

Promovirat ćemo i tradicionalne maske koje su specifične za podunavske i podravske Šokce, tiskat ćemo promotivne materijale, komunicirati s medijima, u planu je i organizacija sajma, te ostala logistička pomoć.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u veljači.

**NOSITELJI I PARTNERI:** TZ Baranje, Općina Petlovac, Udruga Petaračke buše

**SREDSTVA:** 5.000,00 kn, 663,61 €

**IZVOR SREDSTAVA:** TURISTIČKA PRISTOJBA, PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

**ROK:** Veljača 2023.

**2.2.2. Opis:** **Proljetni vašar**, travanj, Karanac - Tradicionalni sajam domaćih proizvoda i rukotvorina. Sajam oživljava nekadašnji tzv. vašar i svojevrstan je čuvar tradicije. Više od 70 proizvođača koji dolaze iz Baranje i Slavonije izlažu svoje proizvode, te je vašar najveće događanje ovakvog sadržaja u Baranji. Bogata je i ponuda raznovrsnog cvijeća, gastro i eno ponuda, te tamburaška glazba. Svake godine je sve veći interes za Vašar, te je sve veći i broj turista iz cijele Hrvatske i inozemstva. Svake godine se u sklopu Vašara organizira i natjecanje za najveću i najtežu slaninu, pobjednik nosi titulu "Princeze pušnice". OPG-ovi koji sudjeluju na natjecanju na ovaj način se i promoviraju.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u travnju.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Općina Kneževi Vinogradi, Udruga starih zanata

SREDSTVA: 7.500,00 kn, 995,42 €

IZVOR SREDSTAVA: TURISTIČKA PRISTOJBA, PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Travanj 2023.

**2.2.3. Opis:** **Uskršnji korzo**, travanj, Beli Manastir – event nastao 2021. godine pod mjerama uzrokovanih panedmijom. Tijekom 7 dana prije Uskrsa, glavni belomanastirski trg ukrašen je s više od 2 km žarulja, s 10 velikih skulptura od slame u uskršnjim oblicima, više od stotinu drvenih zečeva, nekoliko drvenih okvira za fotografiranje, a od 17:00h do 22:00h duž cijelog trga svira glazba. Poseban ugodaj žarulja duž cijelog trga, ostavlja dojam prave vrtne zabave, ugostitelji koji imaju svoje objekte na trgu pripremaju prilagode svoju ponudu "to go", a zvučnici postavljeni po cijelom trgu dodatno zagrijavaju atmosferu. Nekoliko influencera je svojevoljno posjetilo Uskršnji korzo, upravo zbog svoje fotogeničnosti, što je dalo dodatnu promotivnu vrijednost gradu. Svaki dan je na trgu i terasama bilo cca 400 posjetitelja, a tijekom vikenda i više što nam ukazuje na potrebu organizacije ove vrste događanja.

**Cilj:** unapređenje receptivnog tržišta, privlačenje posjetitelja iz okolnih gradova (Osijek, Valpovo, Belišće...), promocija grada Belog Manastira i povećana vidljivost u medijima i prvenstveno na društvenim mrežama.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje

SREDSTVA: 40.000,00 kn, 5.308,91 €

IZVOR SREDSTAVA: TURISTIČKA PRISTOJBA, PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Travanj 2023.

**2.2.4. Opis:** **Gastro fest Beli Manastir**, travanj, Grad Beli Manastir - pripremamo novu gastro manifestaciju koja bi se održala u Belom Manastiru. Ideja je da u suradnji s udrušama s područja Baranje prikažemo i ponudimo turistima sva poznate i manje poznate delicije koje obilježavaju Baranjsku kuhinju. Ideja je da tridesetak izlagača ponudi različita jela koja bi posjetitelji mogli kupiti i kušati.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u travnju.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Grad Beli Manastir

SREDSTVA: 20.000,00 kn, 2.654,56 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a, JLS

ROK: Travanj 2023.

**2.2.4. Opis:** **Wine & walk**, lipanj, općina Kneževi Vinogradi - festival dobrog vina sa naglaskom na promociju baranjskih vina, vinara i vinskih cesta te kulturu i umjetnost. TZ Baranje je uz Općinu Kneževi Vinogradi glavni organizator ovog festivala. Wine&walk program je prepoznatljiv program gdje uz dobro vino i gastronomiju natjecatelji mogu uživati u predivnom baranjskom krajoliku . W&W je jedna od najvećih promotivnih manifestacija na području Baranje. I ove je godine u planu povećati promotivne aktivnosti pošto manifestacija iz godine u godinu bilježi sve veći broj sudionika i posjetitelja.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u lipnju.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Općina Kneževi Vinogradi

SREDSTVA: 120.000,00 kn, 15.926,74 €

IZVOR SREDSTAVA: KOTIZACIJE, PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a, JLS

ROK: Lipanj 2023.

**2.2.5. Opis:** **Vinatlon**, lipanj, Zmajevac – nova vinska manifestacija koja je pružila dodatni motiv dolaska u Baranju. S obzirom da postoji interes za više vinskih manifestacija u jesenskom razdoblju, organizirana je nova manifestacija Vinatlon koja je u premijernom izdanju privukla cca 2.000 posjetitelja.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u lipnju.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Udruga vinogradara Baranje Zmajevac

SREDSTVA: 20.000,00 kn, 2.654,46 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Lipanj 2023.

**2.2.6. Opis:** **Baranja night trail**, lipanj, Popovac – Baranja Night Trail je trail utrka podijeljena u dvije kategorije: STELLAR TRAIL je utrka dužine 33 kilometra i LUNAR TRAIL je utrka ukupne duljine 19km. Utrka je namijenjena građanima, rekreativcima i profesionalnim sportašima. Staza je trail koncept što znači da je označena službenim oznakama organizatora, i nije potrebno čitanje niti posjedovanje karte.

**Cilj:** promocija avanturističkih sadržaja, te razvoj šetačkih ruta

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Udruga Zelena točka Baranje

SREDSTVA: 5.000,00 kn, 663,61 €

IZVOR SREDSTAVA: KOTIZACIJE, PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Lipanj 2023.

**2.2.7. Opis:** **TardaFest**, Darda – festival kreative, glazbe, ruha i hrane, a tematski se veže na šesnaesto stoljeće, na nasljeđe Osmanlijskog carstva i čuveni Sulejmanov most koji je povezivao Osijek i Dardu te obitelj Esterhazy u čijem se dvorcu i perivoju održava festival. Posjetitelji u tri dana posjetitelji mogu doživjeti mnoštvo zanimljivih aktivnosti za sve dobne skupine, sajam antikviteta, desetak kreativnih radionica, revije kostima, izrade turske sablje od slame, kazališno-turističke predstave, izložbe fotografija, jela i slastice i druge zabavne sadržaje. Održavaju se i koncerti popularnih izvođača.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u srpnju.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Općina Darda

SREDSTVA: 15.000,00 kn, 1.990,84 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Srpanj 2023.

**2.2.8. Opis:** **Suljoško ljeto**, srpanj, Kneževi Vinogradi – organizacija brojnih aktivnosti kojima se tijekom ljetnih mjeseci nastoji privući goste, te im pružiti dodatne sadržaje za vrijeme boravka u Baranji. U sklopu događanja se održavaju brojen kulturne, gastro i sportske aktivnosti.

**Cilj:** unapređenje turističke ponude destinacije tijekom ljetnih mjeseci.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Općina Kneževi Vinogradi

SREDSTVA: 100.000,00 kn, 13.272,28 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a, JLS

ROK: Srpanj 2023.

**2.2.9. Akademija blata i Sokak fest**, srpanj, Karanac – događaj kojim se nastoji educirati sudionike o tradicionalnim načinima gradnje i primjeni u svakodnevnom životu. Samim tim se želi očuvati tradicija baranske arhitekture. Sokak fest je eno-gastro manifestacija u sklopu Akademije blata.

**Cilj:** unapređenje turističke ponude destinacije tijekom ljetnih mjeseci.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Udruga Čuvari starih zanata

SREDSTVA: 7.500,00 kn, 995,42 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Srpanj 2022.

**2.2.11. Opis:** **Belomanastirsко ljetno mladih**, srpanj i kolovoz, Beli Manastir – organizacija brojnih aktivnosti kojima se tijekom ljetnih mjeseci nastoji privući goste, te im pružiti dodatne sadržaje za vrijeme boravka u Baranji. U sklopu događanja se održavaju brojne kulturne, gastro i sportske aktivnosti.

Cilj: unapređenje turističke ponude destinacije tijekom ljetnih mjeseci.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Savjet mladih grada Belog Manstira

SREDSTVA: 7.500,00 kn, 995,42 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Srpanj 2023.

**2.2.12. Opis:** **Najveća hrvatska fišijada**, rujan, Beli Manastir. – u suradnji sa Gradom Belim Manastirom i Osječko-baranjskom županijom u planu je održavanje Državnog natjecanja u kuhanju ribljeg paprikaša i Najveće hrvatske fišijade. Fišijada je najprepoznatljivija dugogodišnja manifestacija grada Belog Manastira s izvrsnim i svake godine sve većim odazivom, samo na ovogodišnjoj manifestaciji se skupio rekordan broj posjetitelja (cca 6.000). Ova manifestacija predstavlja tradiciju, kulturu, destinaciju, druženje, glazbu, dobru kapljicu i dobar zalogaj, te glavni događaj, za natjecatelje i posjetitelje organizirat ćemo prigodan sajamski, glazbeni i gastro program do kasnih večernjih sati.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u rujnu.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Grad Beli Manastir

SREDSTVA: 60.000,00 kn, 7.963,37 €

IZVOR SREDSTAVA: KOTIZACIJE, PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a  
ROK: Rujan 2023.

**2.2.13. Opis:** **Vinski - bor maraton**, listopad, Zmajevac – Manifestacija koja okuplja vinoljupce iz cijele Hrvatske. Manifestacija traje 2 dana, petak je rezerviran za Premium – bor vinski maraton sa vrhunskim vinima, a u subotu veliko finale, Vinski-bor maraton. U 2021. godini prijavljen je rekordan broj sudionika, njih 4.000 obišlo je 27 vinskih podruma te u svakom degustiralo po 1 dcl vina. Tijekom 2021. godine uz prijavljene sudionike, procjenjuje se da je na manifestaciji prisustvovalo oko 10.000 posjetitelja.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u rujnu.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Udruga „Bor Maraton

SREDSTVA: 20.000,00 kn, 2.654,46 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Rujan 2023.

**2.2.14. Baranska už'na**, listopad, Jagodnjak - očuvanje i promocija tradicionalne baranske gastronomije.

**Cilj:** unapređenje turističke ponude destinacije i promocija baranske gastronomiske ponude.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Udruga žena Sretne i spretne

SREDSTVA: 1.500,00 kn, 199,08 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Rujan 2023.

**2.2.15. Čvarakfest**, – Zimski vašar ili Čvarakfest, Karanac – U suradnji s udrugom Čuvari starih zanata, posljednju subotu u studenom organiziramo tradicionalni Zimski vašar, Čvarakfest, po uzoru na Proljetni vašar. Veliki sajam domaćih proizvoda s više od 70

izlagača iz Baranje i Slavonije. Turisti iz Hrvatske i raznih dijelova Europe dolaze na sajam nabaviti suhomesnate proizvoda, zimnicu, te ostale domaće proizvode koje će se koristi tijekom zime, te kušati baranjske specijalitete i okrijepiti nepce baranjskim vinom, te zabavit se uz tamburaše.

Osim izlagača, neizostavna je ponuda čvaraka koji se na samoj livadi peku i prodaju posjetiteljima. U topljenju čvaraka natječe se oko 20 natjecatelja na sajamskoj livadi i sudjeluju u osvajanju titule "čvarak majstora".

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u studenom.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Općina Kneževi Vinogradi, Udruga starih zanata

SREDSTVA: 7.500,00 kn, 995,42 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Studeni 2023.

**2.2.16. Opis: Advent u Baranji,** prosinac – Darda, Petlovac, Kneževi Vinogradi i Beli Manastir. Svakog vikenda se tijekom prosinca u drugom baranjskom mjestu održavaju prigodne božićne manifestacije. Prva adventska nedjelja započinje otvaranjem programa Adventa u Baranji u Belom Manastiru, drugi vikend je Božićni sajam u Dardi u trajanju od dva dana, treći vikend se održava Božićni sajam u Kneževim Vinogradima, a posljednji adventski tjedan rezerviran je za Božićni sajam u Belom Manastiru. Sajam traje 3 dana. Posjetitelje očekuju veliki sajmovi s prigodnim proizvodima, kuhanje vino, zimski gastro specijaliteti, blagdanski ugođaj uz vožnje kočijama te brojni glazbeni i zabavni programi.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u prosincu.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Grad Beli Manastir, Općina Kneževi Vinogradi, Općina Darda, Udruga Đola, Kneževi parkovi d.o.o.

SREDSTVA: 60.000,00 kn, 7.963,37 €

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Prosinac 2023.

**2.2.17.Winter Wine & walk**, prosinac – u planu je organizacija zimske verzije Wine & walka, uslijed brojnih upita i velike zainteresiranost za ovakav tip događanja. U ovom slučaju bi staza bila nešto kraća, svega cca 8km od Suze do Zmajevca i uz vino bi se više naglasila gastro ponuda. Ovo je događaj koji privuče 250 sudionika, od kojih gotovo 80% dolazi izvan naše županije, te koristi uslugu noćenja.

**Cilj:** povećanja broja turističkih noćenja i promocija baranjskih vinara, vinskih cesta, te Banovog brda.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Općina Kneževi Vinogradi

SREDSTVA: 50.000,00 kn, 6.636,14 €

IZVOR SREDSTAVA: KOTIZACIJE, PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a

ROK: Prosinac 2023.

## **2.2.18. Cikloturističke manifestacije:**

**:BRUT**, lipanj - je biciklistička utrka koja se vozi po neasfaltiranim cestama, surducima, šumama i poljima Baranje. Održava se na području Banovog brda, jedine uzvisine u Baranji, koje se proteže od Belog Manastira na jugozapadu do Batine na sjeveroistoku. Najviša kota Banovog brda je vrh Kamenjak s 244 m.

Utrka počinje i završava u Belom Manastiru, na području gradskih bazena, a kroz svoje dvije rute :BRUT25 i :BRUT50 prolazi kroz sljedeće jedinice lokalne samouprave: Grad Beli Manastir, Popovac, Kneževi Vinogradi i Draž.

**Cilj:** Promocija biciklizma, razvoj biciklističkih ruta i promocija Baranje kao cikloturističke destinacije.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, Udruga Baranja i turizam, Grad Beli Manastir, Popovac, Kneževi Vinogradi i Draž.

SREDSTVA: 30.000,00 kn, 3.981,68 €

**IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a**

**ROK: lipanj 2023.**

### **2.2.19. Turistička infrastrukutura**

Ova stavka se odnosi na planirana sredstva za obnovu i postavljanje nove smeđe signalizacije na području djelovanja TZ Baranje

**Cilj:** Povećanje i ažuriranje pripadajuće prometne signalizacije u svrhu bolje vidljivosti dionika te lakše orientacije gostiju na području djelovanja TZ Baranje

**NOSITELJI I PARTNERI:** TZ Baranje

**SREDSTVA:** 60.000,00 kn, 7.963,37 €

**IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a,**

**ROK:** Tijekom cijele 2023.

### **2.2.20. Smart TUI informacijski sustav**

Ovim projektom bi se postavilo 10 interaktivnih Smart TUI točaka na području djelovanja TZ Baranje. Ovaj interaktivni informacijski sustav je u skladu s propagiranim zelenom i održivom politikom razvoja održivih destinacija. Interaktivne informacijske točke će omogućiti gostima sve potrebne informacije na samoj lokaciji. Sustav će se povezati s internet stranicama TZ Baranje a omogućiće i daljnju nadogradnju svih softera i interaktivnih karata (pješačke, biciklističke staze itd.)

**NOSITELJI I PARTNERI:** TZ Baranje

**SREDSTVA:** 190.000,00, 25.217,33 € kn

**IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a**

**ROK:** Tijekom cijele 2023.

### **3. KOMUNIKACIJE I OGLAŠAVANJE**

#### **3.1.Sajmovi posebne prezentacije i poslovne radionice**

**Opis:** Sajmovi su najsrvsishodnija platforma i jedinstvena prigoda za sveobuhvatno predstavljanje turističke ponude te su čvrsta podloga za stjecanje i razvoj novih ideja, kao i ciljanog marketinga. Samostalno, posredstvom ili u suradnji s različitim odjelima županije, institucijama, ustanovama ili udrugama s područja djelovanja TZ Baranje te sa srodnim sustavima poput Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske obrtničke komore, predstavili bi smo se na sajmu *Alpe Adria* u Sloveniji – određena su tri termina: siječanj, svibanj i lipanj; sajmu *Place2Go* u Zagrebu u ožujku, te na drugim sajmovima kada se za to tijekom godine ukaže prilika ili potreba. Posebne prezentacije koje se planiraju na njemačkom i poljskom tržištu su logičan slijed projekta iz 2020,2021,2022. godine, produkcija emisije „Moja Slavonija, Baranja i Srijem“, u suradnji sa tvrtkom Pointers. Prikazivanje emisije njemačkom tržištu emitirano je kroz prosinac 2020. i siječanj 2021. Posebnim prezentacijama predstavljaju se sve prednosti i mogućnosti destinacijskog turizma te osnovni turistički proizvodi destinacije. Kako bi se iskoristili svi potencijali destinacije potrebno je nastupiti naciljanim međunarodnim sajmovima. Park prirode Kopački Rit kao jedan od glavnih turističkih proizvoda destinacije nedovoljno koristi svoj glavni adut, a to je veliki ptičiji fond. Promatranje ptica je vid turuzma koji samo na području EU i Velike Britanije ima nekoliko milijuna poklonika. Povećanjem vidljivosti na tom segmentiranom tržištu bi se potencijalno privukao veći broj gostiju. Za 2023. Godinu se planira zajednički nastup s Udrugom proizvođača kulena „ Baranjski kulen“ na manifestacijama i sajmovima u Hrvatskoj (Istra, Zagreb, Dalmacija) u svrhu promoviranja kulena kao zaštićenog baranjskog proizvoda a ujedno i promoviranja same destinacije Baranje.

**Cilj:** razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojim se definira nacionalna strategija razvoja turizma.

**NOSITELJI I PARTNERI:**TZ Baranje, RTZ OBŽ

**SREDSTVA:** 50.000,00 kn, 6.636,14 € godišnje

**ROK:** 2023.

### **3.2. Definiranje brending sustava**

**Opis:** Brand platforma TZ OBŽ – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja strateški je marketinški projekt na razini destinacije. Tz Baranje provodi brandiranje destinacije u suradnji sa Regionalnom turističkom zajednicom OBŽ, kao takav projekt je doveo do standardizacije turističkog prozvoda Osječko – baranjske županije. Tijekom 2023 godine brand platforma će dodatno unificirati ukupni turistički proizvod.

**Cilj:** standardizirana i unificirani komunikacijski alat kojim se promovira destinacija baranje u sklopu destinacije OBŽ

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje,OBŽ, RTZ OBŽ

SREDSTVA: 0,00 kn, godišnje

ROK: 2023.

### **3.3. Suradnja s organizatorima putovanja**

**Opis:** U skladu sa suvremenim trendovima u komuniciranju i promociji destinacija, TZ Baranje će u suradnji s RTZ Osječko .baranjske županije nastaviti surađivati sa utjecajnim pojedincima, gdje se utjecaj definira kroz vidljivost na društvenim mrežama i medijskom prostoru. Ovisno o finansijskim mogućnostima, tijekom 2023. godine TZ Osječko – baranjske županije planira razviti „loyalty“ program destinacije radnog naziva „*HeadOnEast Croatia putovnica*“ kao sustav promocije, nagrađivanja i poticanja ponovne posjete destinaciji. Projekt je dio aktivnosti razvoja *HeadOnEast Croatia* brand platforme čiji je krajnji cilj uspostava sustava. TZ Baranje kao dio destinacije OBŽ će sudjelovati u provođenju ovog zajedničkog projekta. U 2023 godini u suradnji s predstavništvima HTZ-a iz cijele Europe te sa RTZ OBŽ očekuje se dolazak novinara i predstavnika turističkih agencija na područje Baranje.

**Cilj:** razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojim se definira nacionalna strategija razvoja turizma.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, RTZ OBŽ, HTZ

SREDSTVA: 10.000,00 kn, 1.327,23 € godišnje

ROK: 2023.

### **3.3. Ovlašavanje destinacijskog brenda/ kreiranje promotivnog materijala**

**Opis:** Turistička zajednica će izrađivati i distribuirati informativne tiskane i video materijale, stvarati, održavati i redovito kreirati sadržaje na mrežnim stranicama te pripremati destinacijske marketinške materijale TZ Baranje će koordinirati aktivnosti promocije i komunikacije na području svoje nadležnosti u skladu sa zadaćama lokalnih turističkih zajednica. Primaran fokus je na on line promociji koji je u današnjem medijskom i marketinškom prostoru najefikasniji način promocije. Pod online komunikacijom se podrazumijeva on line oglašavanje na portalima i društvenim mrežama. Na ovaj način se povećava vidljivost i dostupnost destinacije na ciljanim tržištima. Dodatna prednost online pristupa je segmentirani pristup odabranim skupinama potencijalnih gostiju. Kako sam već naveo u točci 3.1. upravo ciljani pristup određenim segmentima tržišta može privući poseban tip gostiju. U suradnji s HTZ-om će se organizirati ciljana gostovanja tour operatera i stranih novinara kojima bi se povećala vidljivost i pristupačnost destinacije na ciljanim tržištima.

Trošak realizacije uključuje troškove tiska i izrade promotivnih radijskih, online, video i print materijala, gostovanje stranih novinara

**Cilj:** povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima .u skladu s dokumentima kojim se definira nacionalna strategija razvoja turizma

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, RTZ OBŽ, HTZ,

SREDSTVA: 205.210,79 kn, 27.236,15€ godišnje

ROK: 2023.

### **3.4. Internetske stranice**

**Opis:** Održavanje i zaštita internetskih stranica TZ Baranje. Službena internet stranica Turističke zajednice Baranje namijenjena je različitim vrstama posjetitelja i korisnika, od kojih svaka traži svoju specifičnu vrstu i količinu informacija. Potencijalni putnici putem internet stranice dobivaju informacije o manifestacijama, znamenitostima, atrakcijama, povijesti i aktualnostima uz poveznice na sve daljnje informacije i sadržaje.

**Cilj:** razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojim se definira nacionalna strategija razvoja turizma

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje

SREDSTVA: 15.000,00 kn, 1.990,84 € godišnje

ROK: 2023.

### **3.5. Kreiranje i upravljanje bazama podataka**

**Opis:** Tijekom 2023. godine u planu povećanje kapaciteta multimedijskih proizvoda u svrhu kreiranja i upravljanja bazama podataka fotografskog i video materijala, kojima na taj način TZ Baranje postaje vlasnik te raspolaže s istima u svrhu promocije destinacije.

**Cilj:** razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojim se definira nacionalna strategija razvoja turizma

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, OBŽ

SREDSTVA: 70.000,00 kn, 9.290,60 € godišnje

IZVOR SREDSTAVA: PRIHOD OD SUSTAVA TZ-a, TURISTIČKA PRISTOJBA

ROK: 2023.

## **4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**

### **4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije/e-Visitor**

**Opis:** Turistička zajednica Baranje planira u razdoblju 2023. godini, sukladno naputcima Hrvatske Turističke zajednice, pomoći u popunjavanju i kreiranju sadržaja krovne/zajedničke web stranice Croatia.hr. Ideja ovog projekta je kreiranje zajedničke stranice na razini Republike Hrvatske koja bi omogućila pristup informacijama o svim turističkim dionicima i

proizvodima na području iste. Na ovaj način potencijalni gosti bi mogli pristupiti svim potrebnim informacijama za područje cjelokupne Republike Hrvatske.

**Cilj:** poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji lako dostupnim i pravodobnim informiranjem.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, HTZ, OBŽ

SREDSTVA: 10.000,00 kn, 1.327,23 € godišnje

ROK: 2023.

#### **4.2 Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša**

**Opis:** U razdoblju 2023. godine TZ Baranje planira započeti projekt izbora najljepše okućnice na području Baranje. Ovom akcijom želimo potaknuti sve žitelje Baranje u uljepšavanju svojih okućica. Na taj način destinaciju se želi prikazati još uređenijom i privlačnjom svakom potencijalnom gostu a ujedno se na taj način želi i privući dodatne investitore.

**Cilj:** poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji.

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, OBŽ

SREDSTVA: 10.000,00 kn, 1.327,23 € godišnje

ROK: 2023.

#### **4.3. Stručni skupovi i edukacije**

**Opis:** U 2023 godini planirane su (su)organizacija i sudjelovanje na edukacijama i stručnim skupovima na području Osječko-baranjske županije, nacionalnoj i regionalnoj razini.

**Cilj:** poboljšanje razine znanja i kvalitete usluge svih dionika u turizmu na razini TZ Baranje

NOSITELJI I PARTNERI: TZ Baranje, RTZ OBŽ, MINTS

SREDSTVA: 11.359,47 kn, 1.507,66 € godišnje

ROK: 2023.

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

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

**Opis:** Troškovi realizacije uključuju troškove članarine.

**Cilj:** razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u rujnu.

**NOSITELJI I PARTNERI:** TZ Baranje

**SREDSTVA:** 700,00 kn, 92,91 € godišnje

**IZVOR SREDSTAVA:** TZ Baranje

**ROK:** 2023.

## **6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

### **6.1. Plaće**

Turistički ured kao operativni dio Turističke zajednice Baranje zapošljava dvoje djelatnika: direktora i jednog zaposlenika. Navedeni djelatnici obavljaju sve stručne, administrativne, plansko-analitičke, evidencijske, statističke i ostale uredske poslove potrebne za funkcioniranje Turističke zajednice i njenih tijela. Zbog povećanog obima posla u 2023. godini se stvara potreba za zapošljavanjem jedne osobe na poziciju stručnog suradnika.

Obavljanje stručnih i administrativnih poslova obuhvaća osobito ove poslove:

- provođenje zadataka utvrđenih programom rada Zajednice
- obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice
- obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi s izradom i izvršavanjem akata tijela Zajednice

- obavljanje pravnih, finansijskih i knjigovodstvenih poslova, kadrovske i opće poslove, vođenje evidencija i statističkih podataka utvrđenih propisima i aktima Zajednice
- izradu analiza, informacija i drugih materijala za potrebe tijela Zajednice
- davanje tijelima Zajednice, kao i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice
- obavljanje i drugih poslova koje odrede tijela Zajednice.

Od 2016. godine u primjeni je novi sustav prijave i odjave turista – eVisitor. Turistički ured je prije uvođenja novog sustava održao edukacije svim vlasnicima smještajnih objekata te izdao sve potrebne korisničke podatke. eVisitor je online sustav prijave i odjave turista koji znatno skraćuje proces registriranja posjetitelja, a pristup je omogućen i MUP-u, Carini te Državnom zavodu za statistiku. Turistički ured obavlja sve administrativne poslove vezane uz prijavu i odjavu turista, unošenje novih obveznika i objekata u sustav te analitiku ostvarenog turističkog prometa.

Rashodi za radnike obuhvaćaju neto plaće, poreze, prikeze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene.

NOSITELJ I PARTNERI: TZ Baranje, JLS

SREDSTVA: 356.229,84 kn, 47.279,82 € godišnje

ROK: 2023.

## **6.2. Rashodi ureda**

Rashodi ureda turističke zajednice obuhvaćaju materijalne, nematerijalne te ostale troškove što podrazumijeva troškove održavanja prostora, režijske troškove, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, stručnog usavršavanja zaposlenika, troškove poštarine, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi tekućeg održavanja računalne opreme i drugog.

NOSITELJ I PARTNERI: TZ Baranje , JLS

SREDSTVA: 45.000,00 kn, 5.972,53 € godišnje

ROK: 2023.

### **6.3. Tijela turističke zajednice**

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, osim stručne službe, odnosno Turističkog ureda, u radu Turističke zajednice sudjeluju i ostala tijela Zajednice: Predsjednik, Turističko vijeće i Skupština. Navedena tijela će sukladno općim aktima održavati redovito svoje sjednice.

Članovi tijela Turističke zajednice Baranje, Turističkog vijeća i Skupštine ne primaju naknadu za svoj rad. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju troškove pripreme i distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela, reprezentacije, zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela i ostale troškove.

NOSITELJ: TZ Baranje

SREDSTVA: 10.000,00 kn, 1.327,23 € godišnje

ROK: 2023.

### **7. REZERVA**

Sredstva rezerve će se koristiti za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti.

NOSITELJ: TZ Baranje

SREDSTVA: 10.000,00 kn, 1.327,23 € godišnje

ROK: 2023.

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

Ovisno o procjeni finansijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine.

NOSITELJ I PARTNERI: TZ Baranje

ROK: 2023.

