



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE BARANJE
ZA 2021. GODINU**



Slika 1 Autor: Nenad Milić

U Belom Manastiru, ožujak 2022.

SADRŽAJ

1. UVOD	2
2. ANALIZA TURISTIČKIH DOLAZAKA I NOĆENJA	3
3. PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE BARANJE	5
4. NAČIN I NAMJENA RASPODJELE SREDSTAVA IZ FONDOVA	8
5. ADMINISTRATIVNI RASHODI.....	9
6. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	9
7. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE.....	15
8. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....	19

1. UVOD

Prema članku 4. Zakona (NN 52/19. i 42/20.); Turističke zajednice su organizacije koje djeluju po načelu destinacijskog menadžmenta, a osnivaju se radi promicanja i razvoja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske usluge i usluge u turizmu ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezану s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane.

Od 1. siječnja 2020. godine izmijenjen je paket turističkih zakona (Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma sukladno čemu su izmijenjeni svi ostali pravni akti TZ Baranje.

Aktivnosti, kao i kompletno poslovanje TZ Baranje prilagođeno je trenutnoj situaciji pogodjenoj pandemijom uzrokovanim korona virusom. Iako su posebni uvjeti djelovanja utjecali na način provođenja planiranih aktivnosti, TZ Baranje je ostvarila sve zacrtane ciljeve predviđene planom i programom rada za 2021. godinu.

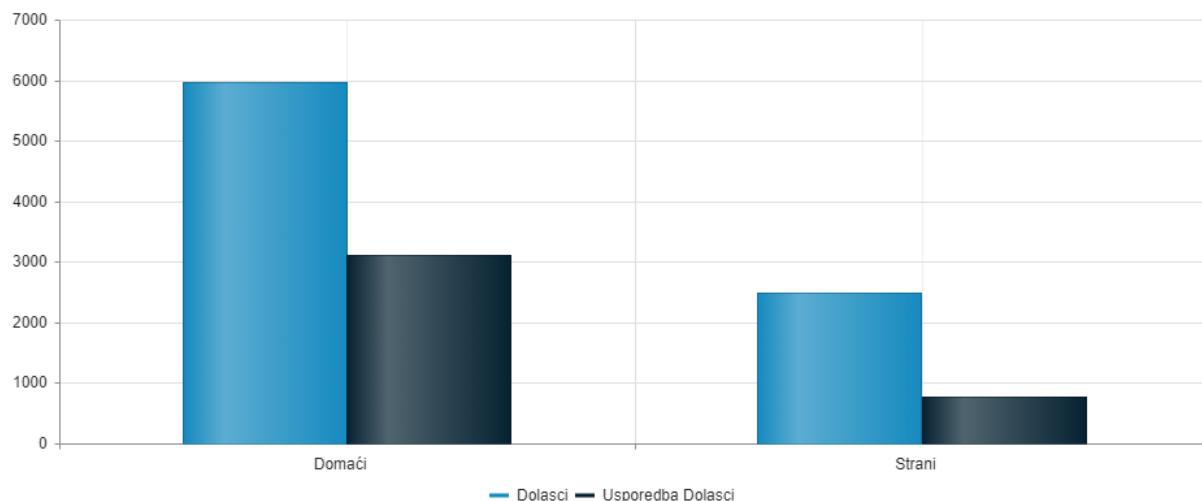
Izvješće o radu i finansijskom poslovanju Turističke zajednice Baranje za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2021. godine.

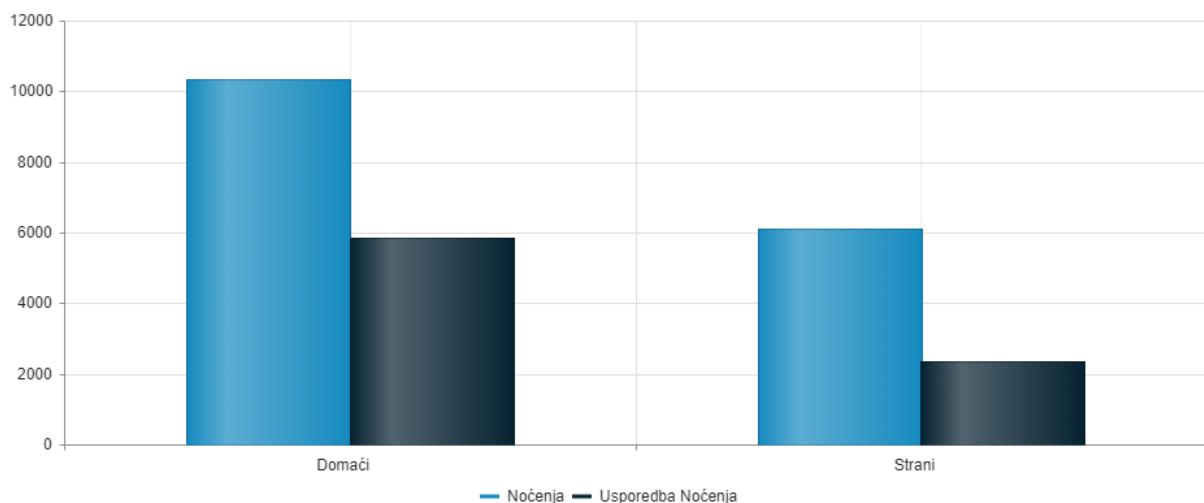
2. ANALIZA TURISTIČKIH DOLAZAKA I NOĆENJA

Godina 2021. je bila vrlo uspješna kada su u pitanju turističke statistike. Pri usporedbi s 2020. godinom, koja je bila pandemiska, možemo reći da bilježimo rast turističkih dolazaka za 117%.

Što znači kako je u 2020. ostvareno svega 3.886 dolazaka, a u 2021. čak 8.460 turističkih dolazaka, što je gotovo jednako predpandemiskoj 2019. godini kada smo bilježili 10.320 dolazaka. Domaći gosti ostvarili više od polovice dolazaka, točnije 5.971, a od stranih prednjače SAD s 545, Poljska 464, Njemačka 238, te ostali s manje od 200 zabilježenih dolazaka. Iako je trend ciljanja na domaće goste počeo još 2016 godine, te se provodila „politika“ prepoznatljivosti destinacije prvenstveno na domaćem tržištu, pogodjeni pandemijom tijekom 2020. godine uvidjeli smo da fokus na domaćeg gosta treba bit još veći.

Rezultat toga je, uz naravno i ograničenja u putovanjima na međunarodnom tržištu, omjer od 71,34% domaćih gostiju u odnosu na 28,66% stranih. Kod ostvarenih noćenja taj omjer je malo drugačiji gdje domaći gosti ostvaruju 62,88% noćenja u odnosu na 37,12% stranih gostiju. Ova disproporcija u odnosu na broj dolazaka je ostvarena zbog Poljskih gostiju koji se u prosjeku zadržavaju duže a to će objasniti u dalnjem tekstu.





Statistika ostvarenih noćenja u 2021. godini pokazuje još kvalitetnije ostvarene rezultate. Tijekom 2021. godine ostvareno je 16.421 noćenje dok je tijekom 2020. godine ostvareno 8.197 noćenja. Ukupan porast noćenja u odnosu na 2020. je 49.9%, a što je još važnije ostvareno je 98.6% noćenja iz 2019. godine. Od ukupnog broja ostvarenih noćenja 10.326 se odnosi na domaće goste a 6.095 na strane goste. Od stranih gostiju vidljiv je porast u broju dolazaka gostiju s poljskog tržišta. Poljski gosti su ostvarili 1266 noćenja na osnovu 464 ostvarena dolaska što nas dovodi do podatka da se poljski gosti u Baranji zadržavaju 2.75 noćenja. Primjerice gosti iz SAD-a su po broju dolazaka na prvom mjestu, odnosno ostvaruju 545 dolazaka istovremeno ostvaruju 552 noćenja što je prosjek od 1 noćenja po dolasku. Idealan geografski položaj Baranje koja se nalazi na pola puta između Poljske i krajnjeg odredišta istih gostiju (Jadran) te sve bolja cestovna povezanost omogućila je ove rezultate koji će dovršetkom koridora C5 te daljnjom promocijom na Poljskom tržištu dovesti i do još kvalitetnijih rezultata.

Pri ostvarenju ukupnih rezultata jedne turističke destinacije bitna je stavka i ukupan broj ležaja koji su registrirani u istoj. Pandemija Covid 19 je u mnogim dijelovima Hrvatske nažalost rezultirala s određenim brojem ugašenih turističkih objekata odnosno smanjenjem broja ležaja na određenoj mikro destinaciji. Na području djelovanja Turističke zajednice Baranje ovog trenda nije bilo, čak štoviše u razdoblju od početka pandemije pa do kraja 2021. godine zabilježili smo registraciju 149 novih ležaja u diverzificiranim smještajnim objektima. Ako znamo da je trenutno registrirano 630 smještajnih jedinica ovdje govorimo o povećanju od gotovo 20%. Dugogodišnja promocija destinacije i približavanje iste hrvatskoj javnosti je rezultirala upravo gore navedenim brojkama. Važno je naglasiti da ulagači u nove smještajne jedinice dolaze iz cijele Hrvatske te nam je i to potvrda dobre vidljivosti destinacije.

3. PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE BARANJE

Prema članku 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma prihodi turističke zajednice su:

1. turistička pristojba, sukladno posebnom propisu koji uređuje turističku pristojbu
2. članarina, sukladno posebnom propisu koji uređuje članarine u turističkim zajednicama
3. prihodi od obavljanja gospodarskih djelatnosti iz članka 10. stavka 3. ovoga Zakona.

Osim prihoda iz stavka 1. ovoga članka turistička zajednica može ostvarivati i prihode iz:

- proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te državnog proračuna
- članarine dragovoljnih članova sukladno odluci skupštine turističke zajednice
- dragovoljnih priloga i darova
- imovine u vlasništvu
- fondova Europske unije i drugih fondova.

Turistička zajednica Baranje financira se iz proračuna osnivača JLS-ova (Grad Beli Manastir, Općina Darda, Općina Kneževi Vinogradi, Općina Petlovac, Općina Popovac, Općina Jagodnjak i Općina Čeminac), članarine, boravišne pristojbe, te kreditnog zaduženja u PBZ i Addiko banci.

Prihodi ostvareni na kraju 2021. godine su 1.280.816,36 kuna što je 430.316,36 kuna više od prvobitno planiranog prihoda TZ Baranje za 2021. godinu, odnosno 20.263,80 kuna manje od rebalansom predviđenog prihoda.

	PRIHODI	Plan 2021.	Izvještaj do 30.09.2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.
1.	Izvorni prihodi	195500	130.888,99 kn	200.000,00 kn	197.073,40 kn
1.1.	Turistička pristojba	80.000,00	30.407,62 kn	50.000,00 kn	42.039,63 kn
1.2.	Članarina	115.500,00	100.481,37 kn	150.000,00 kn	155.033,77 kn
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	255.000,00	263.000,00 kn	334.000,00 kn	324.000,00 kn
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	250.000,00	587.080,16 kn	587.080,16 kn	587.900,16 kn
4.	Prihodi iz EU fondova	0,00	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	130.000,00	74.050,00 kn	80.000,00 kn	74.950,00 kn
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	0,00	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
7.	Ostali prihodi	20.000,00	96.882,91 kn	100.000,00 kn	96.892,80 kn
	SVEUKUPNO	850.500,00	1.151.902,06 kn	1.301.080,16 kn	1.280.816,36 kn

Turistička pristojba, sukladno posebnom propisu koji uređuje turističku pristojbu je dio izvornih prihoda Turističke zajednice Baranje. Ostvareni prihodi na ovoj stavki su manji za gotovo 50% što je i logično s obzirom na uvjete pandemije Covid 19, te mjere koje su poduzete kako bi se utjecaji pandemije na turističke dionike smanjili.

Ostvarena članarina u 2021. godini je uvećana za 25%, od planirane. Planirana članarina je za temelj postavljena na osnovu prosjeka ostvarenih podatak iz prethodnih godina. Povećanje od 25% pokazuje da su ostvareni veći prihodi od strane djelatnosti koji su obveznici plaćanja turističke članarine na području djelovanja Turističke zajednice Baranje.

Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna su povećani u odnosu na planirane su za 21,3%, ovo povećanje je ostvareno zbog uvođenja nove manifestacije Suljoško ljetno koje je financiran direktnom dotacijom općine Kneževi vinogradi.

Prihodi od sustava turističkih zajednica su planirani na bazi 250.000,00 kn. S obzirom da se tijekom 2021. godine promijenio način dodjela potpore turističkim zajednicama tj. uvedene je fond za sufinanciranje formalno i neformalno udruženih Turističkih zajednica uz već prisutni fond za potpore Turistički nerazvijenim područjima, konzervativnom metodom je procijenjeno da će potpore biti u gore navedenom iznosu. Ostvareni prihodi su 587.080,17 kn što je 57,5% u odnosu na planirano. Iz Fonda za udružene turističke zajednice je ostvareno 466.429,08 kn prihoda, a iz Fonda za nedovoljno razvijena područja i kontinent 120.651,08 kn. Ovaj ostvareni prihod je uvelike pomogao pri ostvarenju svih planiranih aktivnosti te je ujedno omogućio izmirenje dugova i obveza nastalih tijekom 2020. godine, a izazvanih pandemijom covid 19.

Prihodi od gospodarske djelatnosti su ostvareni u manjem obimu nego što su planirani prvobitnim planom za 2021. godini. Ostvareni prihodi od gospodarske djelatnosti su umanjeni za 43,4% što je objasnjivo nemogućnošću provedbe manifestacija u punom obimu, a sve izazvano pandemijom Covid 19, tj. mjerama koje su provedene kako bi se ista suzbila.

Ostali ostvareni prihodi, na ovoj stavki proračuna je vidljivo ostvareno povećanje od 80%. Isto je realizirano kroz donaciju zaštitnih Covid maski tvrtke Com-cross u vrijednosti 96.892,90

JLS TU	Za funkcioniranje	Za programske aktivnosti	Naziv aktivnosti	UKUPNO
Beli Manastir	100.000,00	0,00	/	100.000,00
Čeminac	0,00	0,00	/	0,00
Darda	15.000,00	0,00	/	15.000,00
Jagodnjak	0,00	0,00	/	0,00
Kneževi Vinogradi	75.000,00	85.000,00	Suljoško ljeto (koncert Mladena Grđovića)	160.000,00
Petlovac	25.000,00	0,00	/	25.000,00
Popovac	24.000,00	0,00	/	24.000,00
UKUPNO	239.000,00	85.000,00	/	324.000,00

Prihodi JLS-ova s područja djelovanja TZ Baranje su utrošeni za funkcioniranje ureda Turističke zajednice Baranje. Kako je već prethodno naglašeno, Općina Kneževi Vinogradi je osim sredstava za funkcioniranje ureda uplatila 85.000,00 kn za provedbu manifestacije „Suljoško ljeto“, a ista su i utrošena za realizaciju navedene manifestacije.

4. NAČIN I NAMJENA RASPODJELE SREDSTAVA IZ FONDOVA

Vlada Republike Hrvatske je 9. prosinca 2020. donijela Uredbe kojima se propisuje raspodjela sredstava turističkim zajednicama iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice, a koja su prikupljena u 2020. godini.

Turističkoj zajednici Baranje su iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent dodijeljena sredstva u iznosu od 120,651,08 kn, a iz Fonda za udružene turističke zajednice 466.429,08 kn. Turistička zajednica Baranje se sredstva utrošila namjenski na rad ureda, kreiranje promotivnih sadržaja, baza turističkih podataka, te na podršku događanjima.

Tablica 1 Raspodjela sredstava iz Fondova HTZ-a

	Fond za nedovoljno razvijena područja i kontinent	Fonda za udružene turističke zajednice je ostvareno
DODJELJENA SREDSTAVA	120.651,08 kn	466.429,08 kn
Smeđa signifikacija	56.984,75 kn	- kn
Edukacija za bike vodiče	2.500,00 kn	- kn
Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	30.000,00 kn	- kn
Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	31.166,33 kn	- kn
Podrška razvoju turističkih događanja	- kn	268.655,13 kn
Kreiranje promotivnog materijala	- kn	91.131,85 kn
Administrativni poslovi	- kn	106.642,10 kn
UKUPNO	120.651,08 kn	466.429,08 kn

Sredstvima Fonda za nedovoljno razvijena područja i kontinent je obnovljena smeđa turistička signalizacija na području grada Belog Manastira i prigradskih naselja, u suradnji s TZ Osječko – baranjske županije i Osječko – baranjskom županijom provedena je edukacija za bike vodiče. U planu je označavanje nekoliko bike staza na području županije. Kreirani su video materijali destinacije i turističkih manifestacija koji se koriste na web stranici i društvenim mrežama za daljnju promociju destinacije.

Sredstva Fonda za udružene turističke zajednice su utrošena za potpore manifestacijama, kreiranje sadržaja na društvenim mrežama Visit Baranja, te administrativne poslove koji uključuju troškove za plaće djelatnika i troškove ureda.

Sredstva fonda za neformalno udružene TZ-e, su uplaćena na račun TZ Bilje te je raspodjela sredstava u sklopu njihovog Izvješća o izvršenju programa rada za 2021. godinu.

5. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Turistička zajednica Baranje je u 2021. godini zapošljavala 2 djelatnika i to: direktora, jednog višeg stručnog suradnika. Također, zbog povećanog obima posla u vrijeme organizacije Wine & walka, na mjesec dana je zaposlena još jedna osoba. Rashodi za radnike obuhvaćaju bruto plaće djelatnika te trošak prijevoza na posao. Broj djelatnika u odnosu na 2020. godinu je umanjen za jednu osobu. Ovaj potez je proveden zbog opće situacije izazvane pandemijom covid 19 te se na taj način željelo smanjiti opterećenje budžeta po pitanju administrativnih rasohda.

Rashodi ureda odnose se na režijske troškove ureda (telefon, pošta, zaštita na radu, troškovi banke i FINA-e, knjigovodstveni troškovi i dr.) te uredski materijal. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice se odnose na domjenke nakon sjednica radnih tijela TZ-a.

- | | | |
|----|---|---------------|
| 1. | Rashodi za radnike | 341.474,91 kn |
| 2. | Rashodi ureda | 52.146,42 kn |
| 3. | Rashodi za rad tijela Turističke zajednice..... | 8.476,66 kn |

Bitno je naglasiti da rashodi radnika Turističke zajednice Baranje iznose 25,84 % ukupnih prihoda realiziranog proračuna. Bez obzira što je resorno ministarstvo produžilo moratorij na odluku da iznos rashoda za radnike ne smije prelaziti 40% ukupnih prihoda realiziranog proračuna, stvoreni su preduvjeti za ispunjenje odluke resornog ministarstva.

6. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

6.1. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKOG DOGAĐANJA

Kako bi se turistima pružio dodatni sadržaj tijekom boravka u destinaciji, tijekom godine se organiziraju brojne manifestacije. S obzirom da je tijekom 2021. godine bilo ograničeno organiziranje javnih događanja zbog COVIDa-19, održane manifestacije su organizirane u manjem obliku s manjim brojem posjetitelja. Tijekom 2021. godine TZ Baranje je kao organizator ili suorganizator organizirala niz manifestacija. Nažalost neke od planiranih manifestacija se nisu održale zbog ograničenja izazvanih pandemijom Covid 19. Tradicionalne manifestacije kao što su Petaračke buše i Proljetni vašar u Karancu nisu održane iz gore

navedenih razloga. Isto tako zbog iz istih razloga su otkazane manifestacije Tarda Fest i planirani novi festival Candyland.

Uskršnji korzo – Manifestacija koja je po prvi put organizirana u Travnju 2021. godini. Kako bi svim žiteljima Baranje i gostima koji posjećuju Baranju tijekom Uskršnjih praznika boravak u destinaciji bio što ugodniji i zanimljiviji, TZ Baranje je u suradnji s Gradom Belim Manastirom prigodno uredila, osvijetlila centralni trg u Belom Manastiru. Zbog svima poznatih razloga, ograničenog broja ljudi na javnim okupljanjima, ograničene interakcije, manifestacija je održana u ovom obliku. Tijekom održavanja manifestacije, ista je bila promovirana kroz društvene medije, organiziran je dolazak „influencera“ i na taj način se Baranja još jednom približila svim potencijalnim gostima iz Hrvatske.

Ostvareni cilj aktivnosti – marketing destinacije kroz povezivanje dionika na lokalnom nivou u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima na temelju čega se ostvarila cjelovitija zastupljenost specifičnih lokalnih interesa i vidljivost na nacionalnom turističkom tržištu

Nositelj aktivnosti – Turistička zajednica Baranje, Grad Beli Manastir

Realizacija - 43.131,25 kn

Baranja Wine &Walk – Unatoč već navedenim ograničenjima pri organizaciji manifestacija 12. lipnja je održana manifestacija Baranja W&W. TZ Baranje je uz Općinu Kneževi Vinogradi i Popovac glavni organizator ovog festivala. Wine & walk je program u kojem uz dobro vino i gastronomiju sudionici mogu uživati u predivnom baranjskom krajoliku na stazi od 12 km koja prolazi ljepotama Banskog brda. Zbog ograničenog broja sudionika u ovogodišnjem BW&W je sudjelovalo 250 sudionika iz cijele Hrvatske koji su se zadržali u Baranji cijeli vikend i na taj način omogućili povećan broj ostvarenih noćenja. Putem društvenih mreža i dolaskom „influencera“ ljepote Baranje su i s ove manifestacije približene cjelokupnoj hrvatskoj javnosti

Ostvareni cilj aktivnosti - 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.

Nositelj aktivnosti – Turistička zajednica Baranje, Općina Kneževi Vinogradi, Općina Popovac

Realizacija – 80,529,08 kn

Suljoško ljeto, nastup Mladena Grdovića – Kako bi se privukli gosti tijekom ljetnih mjeseci TZ Baranje je u suradnji s općinom Kneževi Vinogradi organizirala manifestaciju Suljoško ljeto. Iako su mjere ograničenja pri organizaciji manifestacije provođene i u inom razdoblju, manifestacija je privukla oko 1.500 posjetitelja. Tijekom manifestacije je organizirana bogata gastronomска ponuda, a goste je zabavljao Mladen Grdović

Ostvareni cilj aktivnosti - 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.

Nositelj aktivnosti – Turistička zajednica Baranje, Općina Kneževi Vinogradi

Realizacija – 89.802,34 kn

Akademija blata, Natjecanje u kuhanju pilećeg paprikaša, Belomanastirsко ljeto mladih, Baranja night trail, Relly oldtimera, Koncert Atomskog Sklonošta, Baranjska už'na, Popovačaka grahijada – tijekom cijele godine s naglaskom na ljetne mjesecce na području djelovanja TZ Baranje se održava niz lokalnih manifestacija manjeg karaktera kojima se želi povećati kvaliteta života, gastro, kulturna i sportska ponuda Baranje. TZ Baranje je u skladu sa svojim mogućnostima finansijski potpomogla ove manifestacije sa željom da neke od njih stvore tradiciju koja bi privukla goste iz drugih dijelova Hrvatske i regije. Neke od ovih manifestacija su organizirane kako bi promicale nematerijalnu baštinu ovog područja, a npr. manifestacija Akademija blata promovira tradicionalni način gradnje i života Baranje kroz stoljeća.

Ostvareni cilj aktivnosti - 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, srpnju, kolovozu

Nositelj aktivnosti – privatni dionici, JLS, udruge, TZ Baranje (financijska potpora)

Realizacija – 17.865,18 kn

Najveća hrvatska fišijada- Državno prvenstvo u kuhanju ribljeg paprikaša – manifestacija koja se održala 04. rujna u organizaciji Turističke zajednice Baranje i Grada Belog Manastira. NHF je manifestacija koja je od svojih skromnih početaka prerasla u manifestaciju koja je prepoznata na nacionalnoj razini. Iako je i ova manifestacija, nažalost, bila organizirana u skladu s propisanim mjerama (obvezne Covid potvrde) te je na taj način smanjen ukupan broj sudionika i gostiju, ista je prošla odlično. Više od sto majstora ribljeg paprikaša na regionalnoj i 20 finalista na nacionalnoj razini je pokazalo svoje vještine u pripremanju ove baranske delicije. Tijekom večeri je goste zabavljala Lidija Bačić, a manifestaciju je posjetilo oko 3000 gostiju. Manifestacija je promovirana putem medija i društvenih mreža kako bi se povećala njena vidljivost na nacionalnoj razini. Bitno je naglasiti da je ova manifestacija potpomognuta kroz projekt HGK „Jedi što vrijedi - riba Hrvatske“ gdje se putem ovog projekta osigurao veći broj štandova, stolova i šatora, a projekt će se nastaviti i u 2022. godini.

Ostvareni cilj aktivnosti - 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

Nositelj aktivnosti – Turistička zajednica Baranje, Grad Beli Manastir

Realizacija – 116.147,06 kn

Vinski - bor maraton, listopad, Zmajevac – Manifestacija koja okuplja vinoljupce iz cijele Hrvatske. Manifestacija traje 2 dana. Petak je bio rezerviran za Premium – bor vinski maraton s vrhunskim vinima, a u subotu veliko finale, Vinski-bor maraton. U 2021. godini prijavljen je manji broj sudionika, nego što je bilo u rekordnoj 2019. što je i razumljivo s obzirom na mjere izazvane pandemijom covid 19. Posjetitelji su mogli obići 20 vinskih podruma te u svakom degustiralo po 1 decilitru vina. Ovu manifestaciju možemo smatrati najvećom i najpoznatijom na području rada TZ Baranje koju posjećuju gosti iz cijele Hrvatske, regije a u zadnjih par godina imamo i posjetitelje iz cijelog svijeta. I ova manifestacija je promovirana putem društvenih mreža, medija, dovođenjem influencera. Ove godine prema procjenama organizatora manifestaciju je u dva dana posjetilo 6000 gostiju. Smještajni kapaciteti u Baranji su bili rezervirani po nekoliko mjeseci unaprijed što isto govori o prepoznatljivosti same manifestacije.

Ostvareni cilj aktivnosti - 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 listopadu.

Nositelj aktivnosti – Udruga Surduk, OBŽ/DZMH (projektno), Turistička zajednica Baranje, Općina Kneževi Vinogradi

Realizacija – 17.600,00 kn

Vinatlon, listopad, Zmajevac – ove godine je pokrenuta nova manifestacija koja se odražava u poznatim „Zmajevačkim surducima“. Sličnog je karaktera kao Vinski maraton, a prezentira vinare s područja Baranje. S obzirom da se primijetilo da ovaj tip manifestacija privlači goste iz cijele hrvatske organizatori u suradnji s TZ Baranje su pokrenuli ovu manifestaciju kako bi u drugoj polovici listopada privukli goste u Baranju. Vinoljupci i gosti su na ovoj manifestaciji osim kušanja vina mogli sudjelovati u tradicionalnim vinskim igrama po kojima bi ova manifestacija u budućnosti mogla postati prepoznatljiva. Iako su mjere ograničenja i dalje bile na snazi, a ovo je bio premjerni nastup, manifestacija je privukla oko 1500 posjetitelja. I ova manifestacija je promovirana putem društvenih mreža, medija i putem influencera.

Ostvareni cilj aktivnosti - 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 listopadu.

Nositelj aktivnosti – Udruga Vinogradara Baranje Zmajevac, Turistička zajednica Baranje, Općina Kneževi Vinogradi, TZ OBŽ

Realizacija – 14.556,25 kn

Advent u Baranji - Kneževi Vinogradi i Beli Manastir. Tijekom dva posljedna adventska tjedna prosinca održale su se prigodne božićne manifestacije. Na žalost zbog već dobro poznatih razloga manifestacija se nije održala u Petlovcu i Dardi. Božićni sajam u Kneževim Vinogradima je trebao bit održan na pretposljednji vikend ali je prebačen na posljednji

adventski tjedan kada je održan Božićni sajam u Belom Manastiru. Sajam je trajao 3 dana. Posjetitelji su mogli uživati u sajmovima s prigodnim proizvodima, kuhanim vinom, zimskim gastro specijalitetima, blagdanski ugođaj je upotpunjeno uz vožnje kočijama, puštanje lanterni, te brojni glazbeni i zabavni programi. I ova manifestacija je promovirana putem društvenih mreža, medija i putem influencera.

Ostvareni cilj aktivnosti - 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.

Nositelj aktivnosti – TZ Baranje, Općina Kneževi Vinogradi, Grad Beli Manastir

Realizacija – 43.894,01 kn

Cikloturističke manifestacije, BRUT- tijekom cijele godine se na području djelovanja TZ Baranje održavaju cikloturističke manifestacije u svrhu promoviranja zdravog života te destinacije Baranje kao idealne za ovaj vid turizma i rekreacije a u 2021. godini je premjerno organizirana manifestacija BRUT koja je privukla oko 1000 posjetitelja i 110 sudionika .

Ostvareni cilj aktivnosti – Razvoj i marketing destinacije kroz permanentni razvoj turističkog proizvoda cikloturizma kao jedne od komparativnih prednosti destinacije u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima što potvrđuje pojačani interes na društvenim mrežama i porast dolazaka cikloturista u destinaciji.

Nositelj aktivnosti – Udruga Baranja i turizam, TZ Baranje, Grad Beli Manastir, Općina Popovac

Realizacija – 15.793,57 kn

6.2. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Turistička signalizacija - U suradnji s tvrtkom „Nobilis“ obnovljena je turistička signalizacija na području grada Belog Manastira i prigradskim naseljima, a također je i nadopunjena turistička signalizacija u ostalim dijelovima područja djelovanja TZ Baranje. Ukupna vrijednost izvedenih radova je 56.948,75 kn. Bitno je naglasiti da je ovim projektom izrađen novi elaborat za turističku signalizaciju grada Belog Manastira.

Ostvareni cilj aktivnosti – poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji lako dostupnim i pravodobnim informiranjem.

Nositelj aktivnosti – TZ Baranje

Realizacija: 56.984,75 kn (Fond za nedovoljno razvijena područja i kontinent)

7. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Oглаšavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda – sukladno promjenama u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, lokalne i područne turističke zajednice ne smiju promovirati mikro destinaciju na nacionalnom i međunarodnom tržištu ukoliko se ne radi o promociji manifestacije vezane uz destinaciju. Shodno tome Turistička zajednica Osječko-baranjske županije je povela zajedničku marketing kampanju na razini Republike Hrvatske u svrhu promoviranja regije Slavonije i Baranje a lokalne i područne zajednice su sudjelovale u sufinanciranju održene promotivne kampanje pod nazivom „Hedonističko zimovanje“.

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

Nositelj aktivnosti – TZ OBŽ, TZ Baranje

Realizacija – 30.000,00 kn

Sajmovi, prezentacije, poslovne radionice - Od 16. do 30. travnja ove godine postavljena je izložba "Dodir Baranje" na Cvjetnom trgu u Zagrebu, financirana kroz Fond za neformalno udružene TZ-e.

Fotografija govori više od tisuću riječi, pa smo se na ovaj način odlučili prezentirati ljepote **Baranje** te motivirati Zagrepčane i njihove goste kako bi posjetili regiju između Dunava, Drave i granice s Mađarskom, te u njoj proveli pravi hedonistički odmor.

Ispod svake od 20 fotografija postavljeni su natpisi s objašnjenjem na hrvatskom i engleskom jeziku te QR kod koji vodi na stranicu TZ Baranje kako bi posjetitelji mogli pronaći detaljniju turističku ponudu. Fotografije autora Nenada Milića, Dubravka Franjina, studia Romulić&Stojčić, Maria Đurkića i Zvonimira Jankovića u večernjim su bile osvijetljene "na solarni pogon". S obzirom da je Cvjetni trg jedan od najfrekfetnijih trgova grada Zagreba, procjenjeno je da je ovu izložbu vidjelo preko 100.000 Zagrepčana i njihovih gostiju.

04. – 05. lipnja TZ Baranje je sudjelovala kao gost Istra Wine & Walk gdje smo razmjenjivali iskustva u organizaciji sličnih manifestacija te ujedno promovirali nadolazeće manifestacije sličnog karaktera u Baranji.

27. do 29. listopada u Dubrovniku su se održavali tradicionalni Dani hrvatskog turizma u kojima su sudjelovali i predstavnici TZ Baranje, tijekom samog događanja je u suradnji s TZ Đakovom, TZ Osijekom i TZ OBŽ napravljena prezentacija turističke ponude Baranje.

Ostvareni cilj aktivnosti: razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.

Nositelj aktivnosti – TZ Baranje

Realizacija – 31.664,62 kn

Suradnja s organizatorima putovanja – 04. rujna je u Belom Manastiru održana Najveća hrvatska fišijada – državno prvenstvo u kuhanju ribljeg paprikaša. Kako je ovo jedna od najprepoznatljivijih manifestacija na području djelovanja TZ Baranje iskoristili smo ovu manifestaciju te pozvali predstavnike organizatora turističkih putovanja te ime prezentirali ponudu destinacije.

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

Nositelj aktivnosti – TZ Baranje

Realizacija – 3.370,00 kn

Kreiranje promotivnih materijala - Uz javne kanale, TZ Baranje redovito je kreirala sadržaje na vlastitim profilima na društvenim mrežama (Facebook , Instagram, Youtube) i na internetskoj platformi www.tzbaranje.hr.

U periodu od ožujka do siječnja, Facebook stranica i sadržaj koji objavljujemo 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).

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

Pratiteljima Visit Baranje na Instagramu, kao i na Facebooku, najviše su se svidjele fotografije koje prikazuju ljepote krajolika Baranje. Fotografija koju smo podijelili od korisnice te koja komunicira "*beskrajno baranjsko polje suncokreta*" zabilježila je čak 1.102 lajka, dok je fotografija zimskog doživljaja Baranje ostvarila 1.094 lajkova.

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.

Redovno se izvještavalo o terminima događaja i otkazivanjima istih, a nakon svakog eventa objavljeni su materijali kao Facebook albumi uz popratni zanimljivi copy. Članovi zajednice vole Facebook albume, te se na fotografijama redovno "pronalaze" 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. U razdoblju suradnje bilježimo nekoliko fotografija koje su ostvarile preko tisuću reakcija. Fotografiju koja komunicira "*zimsku idilu*" u Baranji, korisnici su nagradili s čak 1,470 reakcija te smo s njom dosegnuli 36,584 osoba. Tijekom kolovoza 2021 godine u suradnji s udrugom Fantast iz Kneževih Vinograda je u skladu sa svjetskim trendovima napravljen „Live

DJ Set" pod nazivom Progressive Odyssey - Sunset in Baranja vineyards, Croatia 2021 (DJ mix) – koji svoju premjeru na You tube kanalu TZ Baranje ima 06. ožujka 2022. godine. Na ovaj način se žele približiti prirodne ljepote i turistički potencijali Baranje mlađim gostima drugačijih afiniteta.

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

Nositelj aktivnosti – TZ Baranje

Realizacija – 113.914,82 kn

Internetske stranice - TZ Baranje održava i ažurira internetsku stranicu www.tzbaranje.hr gdje svaki gost može dobiti sve potrebne informacije vezane uz smještajne kapacitete, manifestacije i vanpansionsku ponudu na području djelovanja TZ Baranje

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

Nositelj aktivnosti – TZ Baranje

Realizacija – 6.475,00 kn

Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka - Tijekom 2019. i 2020. godine je potpisani ugovor s Tvrtkama Stivek j.d.o. te s tvrtkom Pointers DMC za kreiranje i upravljanje bazama podataka fotografskog i video materijala kojima na taj način TZ Baranje postaje vlasnik te raspolaže s istima u svrhu promocije destinacije. Ovim ugovorima se redovno održavaju i popunjavaju foto i video baze podataka, prate se manifestacije koje se održavaju na području djelovanja TZ Baranje te ujedno kreiraju novi video sadržaji u svrhu promocije turističkih potencijala Baranje. Tako je tijekom 2021. godine kreiran niz kratkih video materijala vezanih uz manifestacije, snimljeni su kratki promo filmovi o belomanastirskim i bazenima u Kneževim Vinogradima. Isto tako su zatvorene obveze prema Pointers DMC preneseni iz 2020. godine a uzrokovane covid-19 pandemijom.

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

Nositelj aktivnosti – TZ Baranje

Realizacija – 100.094,87 kn

8. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Danube RB Interreg program

Opis: Tijekom 2021. godine TZ Baranje se uključila u program Danube RB koji povezuje, potiče i revitalizira ruralna područja centralnim i južnim tijekom Dunava. Kroz ovaj projekt se povezuju dionici iz svih podunavskih zemalja, te se omogućuje razmjena iskustava i lakša fluktuacija ljudi u navedenom području. Kroz projekt se planira napraviti jedinstveni turistički atlas podunavskih zemalja te svi članovima projekta omogućiti lakše povezivanje i pristupanje potencijalnim EU fondovima.

Troškovi realizacije uključuju troškove članarine: 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.

LAG „Baranja“

Opis: Lokalna akcijska grupa (LAG) Baranja osnovana je 04.02.2010. na inicijativu poduzetnika i entuzijasta koji su željeli dati svoj aktivni doprinos promjeni postojećeg stanja i razvoju Baranje. LAG Baranja trenutno broji 68 članova, a okuplja predstavnike baranjskih gospodarstvenika, Grad Beli Manastir, osam općina s područja Baranje, Mjesni odbor Osijek-Lijeva obala te predstavnike nevladinog (civilnog sektora) s područja Baranje.

Troškovi realizacije uključuju troškove članarine.

Turistički klaster „Slavonska košarica“

Opis: 5. listopada 2011. osnovana je udruga – turistički klaster „Slavonski Brod“ sa sjedištem u Slavonskom Brodu u koju se učlanilo 28 članova s područja grada Slavonskog Broda, s ciljem razvoja turističke djelatnosti na području grada.

Na sjednici Upravnog odbora klastera održanoj 18. siječnja 2012. klaster je proširen članstvom s područja cijele regije Slavonije i Baranje kojom je prigodom klasteru pristupilo nova 44 člana.

Ostvareni cilj: osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem udruženog nastupa na sajmovima i jačeg plasmana lokalnih proizvoda.

Nositelj aktivnosti – TZ Baranje

Realizacija – 400,00 kn

