

**IZVJEŠĆE O RADU**

**S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM**

**U 2019. godini**

veljača 2020.

**IZVJEŠĆE O RADU S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM**

**TURISTIČKE ZAJEDNICE VUKOVARSKO – SRIJEMSKE ŽUPANIJE**

## **U 2019. godini**

***s a d r ž a j:***

1. **UVOD**
2. **FUNKCIONALNI MARKETING**

***2.1. Dizajn vrijednosti***

* + 1. Projekti iz programa za nerazvijene
    2. Potpore manifestacijama i priredbama
    3. EU projekti
    4. Potpora razvoju DMO i DMK
  1. ***Komunikacija vrijednosti***
     1. On line komunikacije
     2. Promotivne kampanje i opće oglašavanje
     3. Brošure i ostali promo materijali
     4. Suveniri i promotivni materijal

***2.3. Distribucija i prodaja vrijednosti***

2.3.1. Sajmovi

2.3.2. Posebne prezentacije

2.3.3. Studijska putovanja novinara

***2.4. Interni marketing***

2.4.1. Edukacija

2.4.2. Koordinacija sustava TZ

2.4.3. Nagrade i priznanja

***2.5. Marketinška infrastruktura***

1. **ADMINISTRATIVNI MARKETING**
2. **FINANCIJSKO IZVJEŠĆE**
3. **PRILOZI**

***1. UVOD***

Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije u 2019. godini realizirala je osnovne programske zadatke.

Ukupan prihod TZ VSŽ u 2019. godini iznosi 2.823.558,07 kuna. Prihodi su ostvareni po osnovi turističke članarine 216.095,41kuna, boravišne pristojbe 99.946,67 kuna, iz županijskog proračuna 719.678,33 kuna. Prihodi iz županijskog proračuna odnose se na financiranje rada Turističkog ureda u iznosu od 420.000,00 kuna, za programske aktivnosti 237.976,47 te za predfinanciranje projekta ViCTour 34.234,33 kune. Prihodi iz proračuna Grada Otoka za financiranje projekta Vrata spačvanskog bazena iznose 27.467,53 kune. Prihodi od strane HTZ-a iznose 1.004.863,61 kuna i predstavljaju financiranje projekata temeljem natječaja TZN 89.433,45 sufinanciranje sajmova 74.085,21 kuna, posebnih prezentacija 59.915,09 prihodi za realizaciju promotivnih kampanja 498.928,50, potpore manifestacijama 122.500,00 kuna te ostala sufinanciranja (marketinške aktivnosti za manifestacije Svi zajedno hrvatsko naj i Vukovar Film Festival) 160.000,00. Prihodi od ostalih TZ iznose 94.429,60 i odnose se na sufinanciranje zajedničkih sajamskih nastupa i posebnih prezentacija klastera Slavonija. Prihodi od povrata sredstava za financiranje projekta ViCTour iznose 688.544,45 kuna. Prihodi od kamata iznose 1,36 kuna.

Ukupni rashodi TZ VSŽ u 2019. godini iznose 2.865.406,84 kuna. Od ukupnih rashoda 532.496,21 kuna odnosi se na administrativni marketing, a 2.332.910,63 kuna na funkcionalni marketing i to: dizajn vrijednosti 420.675,45 kuna; komunikacija vrijednosti 786.310,64 kuna; distribucija i prodaja vrijednosti 396.781,65; interni marketing 105.017,88 i marketinška infrastruktura 3.191,00. Ostali rashodi odnose se na povrat sredstava predfinanciranja projekta ViCTour Vukovarsko – srijemskoj županiji (583.246,51 kunu), povrat akontacije TZ VPŽ 17.000,00 kuna te povrat neutrošenih sredstava udruženog oglašavanja po modelu II HTZ-u 19.687,50 kuna te 1.000,00 kuna neutrošenih sredstava po projektu iz prethodne godine.

Na području Vukovarsko – srijemske županije ostvareno je u 2019. godini 146 776 noćenja. Ukupan broj ležaja na području Vukovarsko – srijemske županije u 2019. godini iznosi 2479 u 150 objekata. Povećanje broja ležaja u odnosu na 2018. godinu iznosi 12%, a broja registriranih objekata 51%.

U prilozima ovog Izvješća o radu nalaze se detaljni podaci o dolascima i noćenjima, no podaci svakako traže pojašnjenje. Udio noćenja djece sudionika školskih ekskurzija na području VSŽ je visok, posebice radi programa posjete Vukovaru. Tijekom 2019. godine došlo je do promjene u organizaciji programa te djeca iz obližnjih županija ne ostvaruju noćenja na području županije. Ukupni pad broja noćenja sudionika školskih ekskurzija je 7860 noćenja. Ukupno povećanje broja ostalih noćenja je 6524. S obzirom na opisanu okolnost, ne možemo biti nezadovoljni ostvarenim turističkim prometom jer je pad noćenja ostvaren prije svega u dijelu dolazaka koji nisu rezultat izravnog turističkog kretanja. Bez obzira na zatvaranje objekta na auto cesti, ostvarenje od 35 831 stranih noćenja je najveći ostvareni broj stranih noćenja, veći i od vremena rada objekta na auto – cesti. Usporedbe radi, ostvareni broj stranih noćenja je bio u 2016. 31 324, u 2017. 32 830, a u 2018. 30 310. Zabilježeni rast stranih noćenja je apsolutno najveći ostvareni broj stranih noćenja u Vukovarsko – srijemskoj županiji.

I nadalje možemo zaključiti da bez konkretnijeg organiziranog turističkog prometa nećemo moći ostvariti daljnje značajnije povećanje broja noćenja temeljeno isključivo na individualnim posjetama.

U suradnji sa stručnom službom Vukovarsko – srijemske županije, pripremili smo radni materijal za donošenje odluke Županijske skupštine o visini turističke pristojbe za područje VSŽ u 2020. godini i nadalje.

| Županijska turistička zajednica: Vukovarsko-srijemska  Vremenski period Siječanj - Prosinac 2019. | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **84.160** | **146.776** | **100** | **85.006** | **148.112** | **100** | **99,00** | **99,10** |
|  | Domaći turisti | 67.474 | 110.945 | 75,59 | 70.826 | 117.802 | 79,54 | 95,27 | 94,18 |
|  | Strani turisti | 16.686 | 35.831 | 24,41 | 14.180 | 30.310 | 20,46 | 117,67 | 118,22 |
|  | |  | | |  | | |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Dolasci 2019** | **Noćenja 2019** | **Indeks dolasci** | **Dolasci 2018** | **Noćenja 2018** | **Indeks noćenja** |
| **Ukupno VSŽ**  **(domaći i strani)** | 84.160 | 146.776 | 99,00 | 85.006 | 148.112 | 99,09 |
| **Školske ekskurzije** | 31.264 | 42.501 | 89,02 | 35.119 | 50.361 | 84,39 |
| **Ostala noćenja** | 52.896 | 104.275 | 106,03 | 49.887 | 97.751 | **106,67** |

**2. FUNKCIONALNI MARKETING**

***2.1. Dizajn vrijednosti***

***2.1.1. Projekti iz programa za nerazvijene***

Najvažniji natječaj za turističke zajednice i sufinanciranje razvojnih projekata je natječaj za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima koji raspisuje Glavni ured HTZ-a. Odobrena sredstva su dio posebnih sredstava koji se izdvajaju iz prihoda turističke članarine (7,5%). TZ VSŽ je u 2019. godini na spomenuti natječaj kandidirala dva projekta te su oba odobrena i realizirana.

* **Izrada promotivnih alata za primjenu novog vizualnog identiteta i brenda Srijema i Slavonije**

Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije kreirala je novi logo i slogan za sustav TZ na području VSŽ. Novi logo i slogan temeljeni su na novom, turističkom nazivu destinacije: Srijem i Slavonija. Novi vizualni komunikacijski znakovi korišteni su u svim promotivnim aktivnostima tijekom 2019. godine, a primjena istih iziskuje značajna financijska sredstva te prilagodbu svih ključnih promotivnih alata TZ VSŽ. U 2018. godini realizirana su dva projekta brendiranja, Brendiranje Vukovarsko – srijemske županije te Brendiranje kulturno – turističkog proizvoda.

S ciljem kvalitetnog i prepoznatljivog brendiranja i promocije destinacije Srijema i Slavonije, kandidiran je projekt „Izrada promotivnih alata za primjenu novog vizualnog identiteta i brenda Srijema i Slavonije“.

Polazišna osnova za odabir aktivnosti u sklopu predmetnog projekta je upravo projekt Brendiranje Vukovarsko – srijemske županije kao prepoznatljive turističke destinacije“, a koji je 2018. godine izradio Institut za turizam. Sve navedene aktivnosti predložene su ovim dokumentom, poglavlje 10. Strategija promocije te poglavlje 11. Plan aktivnosti.

Brend Srijema i Slavonije prilagođen je u on line, off line i marketing aktivnostima TZ VSŽ. S obzirom na novo osnovanu TZ općine Babina Greda, ukupni koncept vizualnog identiteta dopunili smo s novim logom za LTZ.

Za on line aktivnosti kreiran je jedinstveni e mail potpis za sve TZ s područja VSŽ, a koji je aktivan na linku: <http://projects.404.agency/tzvsz/tzvsz_signature_generator/>. Kreiran je i obrazac za društvene mreže, a koji osim TZ VSŽ, koristi i Vukovarsko – srijemska županija. Najznačajnija on line aktivnost je prilagodba web stranice. Web stranica je prilagođena novom vizualnom identitetu te u potpunosti redizajnirana, a i dalje se nalazi na istoj adresi: <http://www.visitvukovar-srijem.com/> (u dokaznicama dostavljamo screenshot starih stranica dok se novi vizual web stranice može vidjeti na navedenoj web adresi). Turisti većinom odlučuju o odabiru turističke destinacije temeljem informacija dostupnih na internetu, stoga se kvaliteti i ažuriranju web stranice Visit Vukovar Srijem pridaje velika pozornost. Stranica je prevedena na šest jezika: engleski, njemački, slovenski, talijanski, francuski i nizozemski, a redizajnom smo osmislili novi koncept i vizualni izgled. Kako se konstantno mijenjaju brojni tehnički i vizualni zahtjevi te trendovi koje je potrebno pratiti kako bi stranica ostala zanimljiva te potaknula nove posjetitelje.

Do sada je stranica bila dosta statična i napravljena zastarjelim tehnološkim načinom. Cilj izrade nove web stranice Visit Vukovar Srijem je povećanje vidljivosti na tržištu i prepoznatljivosti brenda Srijema i Slavonije, približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima i probuditi zanimanje i želju posjetitelja za korištenjem stranice (na taj način i želju za posjetom same destinacije.) Stranica je prilagođena pregledu s mobilnih uređaja. Smatramo profesionalnim i marketinški nužnim web stranicu dignuti na jednu novu razinu. Za potrebe cjelovitog ažuriranja načina i sadržaja promocije nabavili smo nove fotografije. Također, blog TZ VSŽ otvorili smo u još jednoj jezičnoj varijanti, na njemačkom jeziku jer je riječ o jeziku s našeg prvog inozemnog tržišta po broju ostvarenih dolazaka i noćenja.

Za što veću prepoznatljivost u prostoru, nabavili smo info table s novim vizualnim identitetom za sve Turističke urede na području VSŽ. Svaka lokalna TZ imati će tablu na ulazu u Turistički ured sa svojim logom. Kako je gastronomija jedan od ključnih turističkih proizvoda, a projekt Okusi Srijema i Slavonije jedan od tržišno najprepoznatljivijih, za restorane i ugostiteljske objekte, nositelje oznake Okusi Srijema i Slavonije, prilagodili smo logo projekta logu TZ VSŽ te izradili nove, vizualnu ujednačene table. Upravo izrada predmetnih oznaka, za Turističke urede i nositelje oznake Okusi, najizravnije će u prostoru komunicirati novi vizualni identitet.

Za posebnih prezentacija, sajamskih nastupa te općenito vanjskih promotivnih aktivnosti, napravili smo nove banere i to po ključnim turističkim proizvodima Srijema i Slavonije, promotivne vrećice, šalice, notese i olovke. Također, radi ujednačenosti prezentacije, napravljena je i podloga za sve buduće ppt prezentacije. Tamplate ppt prezentacije uključuje layoute: naslovna, sadržaj prezentacije, naslov – tekst, naslov - tekst – fotografija, naslov - tekst - dvije fotografije, naslov u 2 razine (nadnaslov, naslov) – tekst, naslov u 2 razine (nadnaslov, naslov) - tekst – fotografija, naslov - tekst - galerija (kompozicija fotki u gridu), naslov - 3 fotografije – opis, naslov - 2 fotografije – opis, naslov - tekst – Pattern, prijelazni slide, prijelazni slide – Pattern, prijelazni slide – Fotografija, vala. Za potrebe poslovne komunikacije realizirali smo nove memorandume te poslovne kartice.

Sve navedene aktivnosti kao jedinstveni cilj imaju ujednačeno predstavljanje destinacije Srijema i Slavonije kroz sve ključne kanale komunikacije i kroz sve aktivnosti koje Turistički ured realizira. Također, u koncept brendiranja destinacije, maximalno smo uključili i sve lokalne TZ koje su koncept prihvatile te zajedno nastavljamo raditi na osnaživanju brenda Srijema i Slavonije.

Odobrena sredstva HTZ: 100.716,00 kuna.

Vrijednost projekta: 124.405,69 kuna.

* **Program intenziviranja aktivnosti s ciljem stvaranja prepoznatljive kruzing destinacije**

Riječni kruzing jedan je od najbrže rastućih turističkih proizvoda u destinaciji Srijema i Slavonije. Za daljnji kvalitetan rad na unaprjeđenju ovog proizvoda, a s ciljem povećanja korisnosti za lokalne dionike, nužan je zajednički rad više dionika uključenih u razvoj predmetnog proizvoda. S ciljem identificiranja stanja na tržištu riječnog kruzinga, analize stanja na području Vukovarsko – srijemske županije, odnosno Hrvatskog Podunavlja, TZ VSŽ kandidirala je predmetni projekt. Projekt je zamišljen kao dokument koji će poslužiti kao konkretan „vodič“ kroz turistički proizvod svim relevantnim dionicima.

U svrhu odabira izvođača, poziv za dostavom ponuda uputili smo putem e maila 23. rujna na adrese: Institut za turizam, Ancoris d.o.o. te A&R. Zaprimili smo dvije ponude, tvrtke Ancoris na iznos od 49.800,00 kuna te tvrtke A&R na iznos od 85.000,00 kuna. Institut za turizam nije dostavio ponudu. S obzirom na niži iznos ponude za sve zatražene parametre prema pozivu za dostavu ponuda prihvatili smo ponudu tvrtke Ancoris te potpisali Ugovor.

Projekt je izrađen pod nazivom „Analiza riječnih krstarenja u Republici Hrvatskoj“. Projekt detaljno analizira sve ključne elemente proizvoda riječnih krstarenja u RH i time daje kvalitetne polazišne osnove za izradu prijedloga razvoja novih proizvoda za potrebe riječnih krstarenja te prijedlog promotivnih aktivnosti istih. Tijekom izrade dokumenta TZ VSŽ je davala komentare i prijedloge. Finalni dokument isporučen je prema svim zatraženim parametrima i usvojenim komentarima.

Turističko vijeće TZ VSŽ usvojilo je dokument na 2. sjednici održanoj 31. prosinca 2019. godine.

Odobrena sredstva HTZ: 48.480,00 kuna.

Vrijednost projekta: 49.800,00 kuna.

**2.1.2. Potpore manifestacijama i priredbama**

**2.1.2.1. potpore regionalnim i lokalnim događanjima**

U 2019. godini potpore regionalnim i lokalnim događanjima realizirane su prema novom modelu, putem Javnog poziva županijskih TZ. Sredstva koja su se dodjeljivala su sredstva Hrvatske turističke zajednice. Turističko vijeće TZ VSŽ osnovalo je Povjerenstvo koje je izradilo prijedlog za dodjelu potpora temeljem kojega je Turističko vijeće na svojoj 1. sjednici, održanoj 21. listopada 2019. godine donijelo odluku om potporama.

Putem predmetnog Javnog poziva, odobrene su slijedeće potpore:

1. Kandidaturi TZ grada Vinkovaca za događanje „VII. Rimski dani“ dodjeljuje se potpora u visini od 42.500,00 kuna.
2. Kandidaturi TZ grada Vukovara „12. Vukovarski etno sajam“ dodjeljuje se potpora u visini od 25.000,00 kuna.
3. Kandidaturi TZ grada Županje „Kruh naš svagdašnji-žetva i vršidba u prošlosti“ dodjeljuje se potpora u visini od 20.000,00 kuna.
4. Kandidaturi TZ općine Nijemci „Divan je kićeni Srijem“ dodjeljuje se potpora u visini od 25.000,00 kuna.
5. Kandidatura „Utrka zmajevih čamaca“ , dodjeljuje se potpora u visini od 10.000,00 kuna.

Ukupan iznos prihvaćenih kandidatura je: **122.500,00 kuna**

Manifestacija „Dunav Art Festival“ ostvarila je potporu HTZ-a kao TOP manifestacija.

HTZ je putem zamolbe TZ VSŽ, u svrhu realizacije promotivnih aktivnosti, sufinancirao i manifestaciju Svi zajedno – hrvatsko naj sa 100.000 kuna te Vukovar film festival s 60.000 kuna.

**2.1.2.2. Tjedan Okusa**

Na području Vukovarsko – srijemske županije kao zaseban gastro proizvod, funkcionira Gastro ruta. Projekt „Okusi hrvatske tradicije“ okuplja sve županije koje sličan projekt provode na svom području. U 2019. godini po prvi puta smo organizirali Tjedan Okusa u suradnji sa svim ostalim županijama koje nose oznaku projekta „Okusi“. Tjedan se održao 15. – 25 studeni. Riječ je o istom modelu promocije tradicijske kuhinje i objekata koji ju nude, no u jednom novom, zajedničkom, nacionalnom promotivnom modelu. On podrazumijeva značajniju nacionalnu promociju. U kontaktu i suradnji s nositeljima oznake „Okusi“ pratiti ćemo učinkovitost svakog pojedinog modela promocije te prema njemu postupati u narednom vremenu.

**2.1.3. EU projekti**

**2.1.3.1. ViCTour**

U 2019. godini dovršen je projekt ViCTour – Virtualni i Kulturni Turizam/Virtual and Cultural Tourism koji je financiran iz Programa prekogranične suradnje INTERREG IPA CBC HRVATSKA-SRBIJA 2014.-2020. Ukupna vrijednost projekta 924 327,00 €. Uz Vukovarsko-srijemsku županiju partneri na projektu bili su Turistička zajednica VSŽ, Turistička organizacija Vojvodine, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Fond ''Evropski poslovi'' AP Vojvodine. Projekt je trajao 28 mjeseci, a Ugovori su potpisani u lipnju 2017. kada je projekt formalno i započeo te završio 14. rujna 2019. godine.

Sredstva za predfinanciranje aktivnosti kojima je u sklopu projekta bila nositelj TZ VSŽ, u cijelosti je osiguravala Vukovarsko – srijemska županija. TZ VSŽ izvršila je povrat predfinanciranih sredstava.

U 2019. godini, u sklopu projekta ViCTour realizirane su slijedeće aktivnosti:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Period** | **Nabava** | **Iznos** |
| 4. Period | Podugovaranje vanjskog eksperta za izradu priručnika | 22.125,00 |
| Print priručnika | 843,75 |
| Podugovaranje prevoditelja (za tekst/blog) | 14.400,00 |
| Podugovaranje putopisca | 17.700,00 |
| Dizajniranje i izrada kostima i obuće za turističke vodiče | 45.200,00 |
| Usluga Cateringa za potrebe održavanja edukacija | 11.520,00 |
| 5. Period | Multifunkcionalni mobilni štand | 24.248,75 |
| 6.period | Studijsko putovanje | 24.840,00 |
| **Ukupno:** | | **160.877,50** |

* + - 1. **Projekt Virovi – vrata Spačvanskog bazena**

TZ Vukovarsko –srijemske županije je jedan od partnera na projektu „Virovi, vrata Spačvanskog bazena“, kandidiranom na natječaju Ministarstva regionalnog razvoja, a nositelj projekta je Grad Otok. Projekt je planiran u nekoliko faza koje obuhvaćaju razne aktivnosti, od izgradnje turističke i komunalne infrastrukture, do održavanja raznih edukacija i promocija s ciljem razvoja kontinentalnog turizma i turističke valorizacije Virova kroz promicanje održivog razvoja prirodne baštine. Plan je u konačnici cijeli projekt proširiti na razinu Spačvanskog bazena i uključiti sve JLS s područja Spačvanskog bazena. TZ Vukovarsko-srijemske županije se kao partner obvezala da će predstavljati odredište turističkim operaterima, posjetiteljima na specijaliziranim sajmovima i da će uključiti novu turističku ponudu u svoje redovite promotivne aktivnosti. Sve aktivnosti TZ VSŽ slijede u 2020. godini.

Vrijednost projekta: 25.595.341,55 kn

* + - 1. **Ostali kandidirani EU projekti**

U 2019. godini kao partner sudjelujemo u prijavljenom projektu: **„Rekonstrukcija zidina, zgrade Žitnice, Podrumareve kuće i Franjevačkog samostana u Iloku“**. Nositelj/prijavitelj je Grad Ilok, a ostali partneri su Iločki podrumi d.d. i Franjevački samostan Ilok.

Ukupna vrijednost projekta je  51.000.000 kuna.

TZ VSŽ je kao partner dostavila prijedloge s opisom i troškovima prijavljenih aktivnosti iz dijela projektnih aktivnosti kojima smo prijavljeni nositelji te svu ostalu potrebnu administrativnu dokumentaciju.

* + 1. **Potpora razvoju DMO i DMK**

Suradnjom Vukovarsko – srijemske i Dubrovačko – neretvanske županije realizirano je studijsko putovanje predstavnika putničkih agencija s područja DNŽ. Cilj je bio upoznati se s ponudom i sadržajima Vukovarsko – srijemske županije te iste ponuditi posjetiteljima Dubrovnika, ali i samim žiteljima Dubrovačko – neretvanske županije. S tim ciljem realizirano je i putovanje delegacije VSŽ u Dubrovnik i dubrovačko zaleđe. Tijekom ove posjete realiziran je sastanak s predstavnicima Dubrovačko – neretvanske županije, Zračne luke Dubrovnik, udruge Konavli, TZ DNŽ i gradom Dubrovnikom.

U ožujku su u Vinkovcima održani tradicionalni Dani UHPA-e. TZ VSŽ je u suradnji s Gradom Vinkovcima i TZG Vinkovaca aktivno bila uključena u pripremu i realizaciju programa. Bila je ovo jedinstvena prigoda da se velik broj turističkih agencija Hrvatske izravno i konkretno upozna s mogućnostima razvoja programa i organiziranog turističkog prometa na području Vukovarsko – srijemske županije. Tijekom 2019. godini održavali smo kontakte s partnerima, predstavnicima agencija, te ih informirali o novim sadržajima na području VSŽ.

Sudjelovali smo u panelu povodom 60 godina Instituta za turizam.

***2.2. Komunikacija vrijednosti***

* + 1. **On line komunikacije**

Web stranica [www.visivukovar-srijem.com](http://www.visivukovar-srijem.com) je u 2019. godini redizajnirana iz projekta potpore TZ na TZN. Stranica se iznimno redovno ažurira, a što se odnosi i na društvene mreže FB i Instagram gdje samostalno redovito objavljujemo sve aktivnosti TZ VSŽ i cijelog sustava TZ na području VSŽ.

* + 1. **Promotivne kampanje i opće oglašavanje**

U 2019. godini TZ VSŽ je u suradnji sa sustavom TZ realizirala odobrena sredstva za promotivne kampanje. Glavnina media plana odnosila se na domaće tržište, a na inozemnom su realizirana oglašavanja na slovenskom i njemačkom tržištu. Tablica s popisom oglašavanja te iznosima:



* + 1. **Brošure i ostali promo materijali**

Tijekom godine realizirali smo tisak manjih promotivnih materijala. Letak za DHT, Tjedan okusa, pozivnice i slično.

* + 1. **Suveniri i promotivni materijal**

Samostalno i u suradnji s klasterom Slavonija nabavljali smo promotivne suvenire i ostale promotivne materijale za sajamske nastupe i posebne prezentacije.

* 1. ***Distribucija i prodaja vrijednosti***
     1. **Sajmovi**

U suradnji s klasterom Slavonija, kao nositelji sajamskog nastupa, realizirali smo dva ***sajamska nastupa*** na inozemnom tržištu odobren od strane Hrvatske turističke zajednice.

Prema pravilima Hrvatske turističke zajednice uvijek je jedna TZŽ nositelj nastupa. TZ VSŽ bila je nositelj sajamskog nastupa u Londonu i Munchenu. Iz tog razloga u dijelu prihoda ostvaruju se značajniji prihodi s razine sustava TZŽ te HTZ. Sve realizirane promotivne aktivnosti u inozemstvu sufinancirane su sa 75% od strane HTZ-a dok ostatak od 25% troškova su dijelile županijske turističke zajednice klastera Slavonija.

Samostalni sajamski nastupi i posebne prezentacije TZ VSŽ sufinancirane su sa 75% ili 50% svih troškova, u ovisnosti o vrsti troškova.

* **Destinationshow, London**

Turističke zajednice županija Osječko – baranjske, Požeško – slavonske, Brodsko – posavske, Virovitičko – podravske, Vukovarsko – srijemske, Varaždinske i Zagrebačke realizirale su treći zajednički nastup na turističkom sajmu Destinationshow, koji se od 1. – 4. veljače održao u Londonu. I ovogodišnji nastup održao se uz potporu Hrvatske turističke zajednice, a turistički sadržaji i atrakcije zajednički su predstavljeni na štandu pod nazivom „Kontinentalna Hrvatska“. Kontinentalnu Hrvatsku predstavile su direktorica direktorica TZ Zagrebačke županije, gđa Ružica Rašperić, pomoćnik direktorice TZ Virovitičko – podravske županije, gosp. Josip Mikolčić i direktorica TZ Vukovarsko – srijemske županije, gđa Rujana Bušić Srpak. Osim promotivnog materijala predstavljenih županija, korištena je turistička karta Hrvatske te smo ove godine zatražili i promotivne materijale Grada Zagreba, a radi interesa koji se pokazuje za glavni grad. Svi materijali podijeljeni su, a karata, kao i svake godine, bi dobro došao još pokoji primjerak jer su iznimno tražene. Ovogodišnjih preko 400 izlagača posjetilo je preko 50.000 posjetitelja. Kulturna baština, parkovi prirode i očuvana prirodna baština, jedinstvena gastronomija i vina, cikloturizam i brojna događanja osnovna su turistička ponuda predstavljena tržištu Velike Britanije. Posjetitelji koji su uglavnom starije životne dobi, putuju izvan glavne turističke sezone, često individualno, samostalno kreirajući sadržaje i destinacije koje žele posjetiti. Posjetitelji se osim za sadržaje i atrakcije koje se nude, zanimaju za mogućnosti javnog prijevoza, kvalitete smještaja, cijene, najbolje vrijeme za posjet kao i općenito vremenske uvjete te sigurnost. Veliki je broj posjetitelja koji već poznaju Hrvatsku i koji uživaju istražujući sve njezine ljepote. Hrvatska je iznimno popularna destinacija za sadržajni odmor turista iz Velike Britanije, a o atraktivnoj ponudi i do sada manje poznatih destinacije Hrvatske, upoznaju se upravo posjetom sajmu. Posjetitelji sajma najboljim i biranim riječima opisuje ljepote Hrvatske i pozitivna iskustva i doživljaje žele ponoviti i upoznati cijelu Hrvatsku. Posjetitelji sajma koji traže nove destinacije za svoje putovanje žele doživjeti kulturno bogatstvo područja, uživati u ljepotama prirode, aktivno biciklirajući ili u šetnji i iznimno su zainteresirani za miran odmor bez gužve. Uz dobro organizirani prijevoz, a vlakovi su lokalni prijevoz o kojem se najviše raspituju, niti jedna destinacija nije daleko. Nažalost, svi oni koji putuju organizirano, posredstvom putničkih agencija, ističu razočaranost da niti jedna ne nudi sadržaje i programe za sve dijelove Hrvatske. Nedostatak organizirane ponude posjete kontinentalnom dijelu Hrvatske značajno utječe na spori rast inozemnih turističkih dolazaka i noćenja u klaster Slavonija. Pružanjem konkretnih informacija o ponudi i sadržajima kontinentalne Hrvatske, kako posjetiteljima tako i inozemnim turoperatorima, upravo zajednički pristup tržištu i partnerima može dovesti do ostvarenja cilja - uvrštenje Slavonije i kontinentalne Hrvatske na turističku kartu Europe kao još jedne od neponovljivih ljepota Hrvatske.

* **F.re.e., Munchen**

TZ VSŽ je bila nositelj sajamskog nastupa klastera Slavonija na sajmu f.re.e., koji se 20. – 24. veljače održao u Munchenu. Klaster Slavonija predstavio se u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice. Interes njemačkog tržišta je velik te je svakako uputno nastaviti s intenzivnim promotivnim aktivnostima na tržištu koje je već duži niz godina prvo po inozemnim posjetiteljima.

Od ***samostalnih sajamskih nastupa***, TZ VSŽ realizirala je dva sajamska nastupa, u zagrebu i Splitu.

* **Place2go, Zagreb, 15. - 17. ožujka**

8. po redu Međunarodni sajam turizma PLACE2GO ugostio je u Areni Zagreb od 16.-18.3.2018. preko 200. U tri dana sajma, posjetilo ga je ukupno 14 700 ljudi.

Prvi dan održani su B2B susreti od 10-16 sati i u tom vremenu sajam je bio zatvoren za širu publiku. Svi izlagači i poslovni posjetitelji dogovarali su sastanke preko sajamske PLACE2GO aplikacije koja je dostupna za ios i android mobilne telefone. TZ VSŽ realizirala je niz sastanaka s temama od prijedloga novih promotivnih aktivnosti do kreiranja novih tematskih ruta priobalnih turističkih agencija. TZ VSŽ nastup je realizirala u suradnji sa sustavom TZ s područja VSŽ.

Pored turističkih sadržaja, grupiranih tematski prema turističkim proizvodima i na isti način predstavljenim putem tematskih brošura, TZ VSŽ je posebno iskoristila prigodu predstaviti novi vizualni identitet, naziv destinacije i slogan. Tržište grada Zagreba naše je najznačajnije domaće tržište, pa je prepoznatljivost destinacije, ponude i privlačenje posjetitelja ključno upravo na zagrebačkom tržištu.

Sudjelovanje na sajmu ocjenjujemo iznimno pozitivno, a nastup na sajmu Place2go jedini je samostalni sajamski nastup TZ VSŽ u Zagrebu.

* **Vinski podrum, Split, 17. – 18. svibnja**

Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije sudjelovala je uz potporu Hrvatske turističke zajednice na sedmom sajmu vina i delicija „Vinski podrum“. Sajam je održan  od 17. – 18. svibnja u Splitu u Dioklecijanovim podrumima. TZ VSŽ predstavila se na štandu veličine 3m2. Vina Srijema predstavila je sommelierka. Na sajmu je sudjelovalo preko 100 vinara, a posjetitelji su mogli kušati najbolja hrvatska vina. Vukovarsko-srijemska županija predstavila je slijedeće vinarije i vina: Vina Papak: rajnski rizling, rose; Obrt Čobanković: silvanac zeleni, pinot sivi; Vina Dragun: graševina, traminac izborna berba bobica; PZ Trs: cabarnet frankovka, traminac; Vina Buhač: merlot, rose; Iločki podrumi: graševina, traminac. Vina predstavljaju jedan od ključnih turističkih aduta Vukovarsko – srijemske županije, a predstavljanje vina prilika je da se predstave i svi ostali turistički sadržaji županije. Svi sadržaji predstavljeni su u tematskim brošurama po proizvodima, a koje su bile izložene. Veliko zanimanje za hrvatska vina, ali i prostor s kojega dolaze pokazali su brojni strani gosti Splita.

TZ VSŽ sajamski nastup realizirala je u suradnji s TZG Iloka te Vinskim klasterom Srijem.

* + 1. **Posebne prezentacije**

Prema istom modelu kao i sajamske nastupe, realizirali smo i posebne prezentacije s klasterom Slavonija u Sloveniji, Austriji, Mađarskoj i Zagrebu. Cilj svih realiziranih prezentacija Slavonije bio je promicanje ponude i poticanje turoperatora da uvrste ovu turističku regiju u svoje programe što je ujedno i jedan od strateških marketinških ciljeva ukupnog hrvatskog turizma. Upravo iz tog razloga, HTZ svake godine provodi interni natječaj za sustav TZ putem kojih sufinancira aktivnosti sajamskih nastupa i posebnih prezentacija prema unaprijed utvrđenim kriterijima. Odabrana tržišta za prezentaciju predstavljaju tržišta s najvećim brojem realiziranih noćenja u godini koja prethodi kandidaturi, izuzev tržišta Srbije i BiH na kojima HTZ ne podupire promotivne aktivnosti. TZ VSŽ bila je nositelj posebne prezentacije klastera Slavonija u Ljubljani i Zagrebu.

* **Posebna prezentacija u Ljubljani**

Turističke zajednice klastera Slavonija: Osječko – baranjska, Brodsko – posavska, Požeško – slavonska, Virovitičko – podravska i Vukovarsko – srijemska sukladno dogovorenim zajedničkim aktivnostima te odobrenju Glavnog ureda HTZ-a za posebne prezentacije klastera u 2019. godini, predstavile su turističku ponudu klastera slovenskom tržištu. Nositelj prezentacije je Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije. Prezentacija se održala u hotelu Sharaton Four Points, 12. ožujka 2019. godine. S obzirom na primarne interese tržišta, na to da se klaster u Ljubljani predstavlja svake godine te s obzirom na novine i ključne atrakcije u turističkoj ponudi, naglasak prezentacije bio je na boravku u prirodi, aktivnostima u prirodi te općenito na zdravlju. Bilo da je riječ o mjestu boravka ili odabiru hrane.

U dogovoru s Predstavništvom HTZ-a, koncept je promijenjen te je tematska ponuda predstavljen a putem panel rasprave. Sudionici panela bili su: Maja Jurlina, predstavnica Parka prirode Papuk koja je ujedno govorila i o Parku prirode Kopački rit; Tomislav Zadro, predsjednik Hrvatskog biciklističkog saveza govorio je o ponudi, aktivnostima i sadržajima za bicikliste na području Slavonije; Željka Kovčalija, vlasnica hotela s michelinovom preporukom te broda koji vozi po Dunavu govorila je o sadržajima uz rijeku i na rijeci te kako domaće, autentične namirnice koristi u gastronomskoj ponudi hotela na način da je isti dobio ovu vrijednu preporuku. Melisa Bešlić, višegodišnja posjetiteljica destinacije Slavonije, ujedno i dugogodišnja suradnica sustava TZ u aktivnostima oglašavanja na slovenskom tržištu. Govorila je o svojim iskustvima, doživljajima i impresijama destinacije iz ugla posjetitelja.

Predstavnica organizatora prezentacije bila je gđa Ivana Šimecki, stručna suradnica u Turističkom uredu TZ VSŽ. Moderatorica panela bila je direktorica Predstavništva, gđa Metka Bradetić. Tijekom trajanja razgovora, na platnu iza sudionika nizale su se fotografije tematski ujednačene s temom govornika. Sudionike prezentacije pozdravio je i Veleposlanik RH u Sloveniji, gosp. Boris Grigić. Nakon održanog panela, svi sudionici kušali su domaću, autohtonu hranu, brendiranu pod nazivom Srijemski doručak.

* **Posebna prezentacija „Slavonski divani“ u Zagrebu**

Klaster Slavonija po prvi puta se zajednički predstavio na hrvatskom tržištu, prezentacijom pod nazivom „Slavonski divani“ koja se 12. prosinca održala u Zagrebu. Direktori TZŽ predstavili su ponudu svoga dijela Slavonije, ali i zajedničke aktivnosti koje je klaster realizirao u 2019. godini. Uz originalnu glazbu i neponovljiva vina i hranu, prva „domaća“ prezentacija klastera u Zagrebu prošla je iznimno uspješno.

* **Samostalne posebne prezentacije u Zagrebu i Splitu:**

**Srijem i Slavonija 5.0 u Zagrebu**

**Pet srijemskih vinskih priča u Splitu**

**Vinske priče Srijema u Zagrebu**

**Srijem i Slavonija 5.0, 16. travnja, Zagreb**

TZ VSŽ predstavila je ponudu županije na jedan malo drugačiji način.Nobelovac Lavoslav Ružička od sada dočekuje goste u rodnoj kući u Vukovaru, ban Josip Šokčević u Gradskom muzeju u Vinkovcima, a kralj Nikola Iločki u Kuriji Brnjaković. I to je moguće zahvaljujući hologramima koji prvi puta u Hrvatskoj oživljavaju povijesne osobe. Ovo nije jedina novost u Srijemu i Slavoniji. Novi vizualni identitet u zlatnoj boji koja je oduvijek simbolizirala istok Hrvatske, modernim pristupom povezuje sve turističke zajednice na području Vukovarsko-srijemske županije.

#osamtisućaljepota

Na proljetnom druženju u Zagrebu, predstavljena je raskoš srijemskog stola, a ukusne delicije u Zagreb su stigle iz iločkog hotela Dunav, koji je prvi u Slavoniji dobio Michelinovu preporuku. Ovoga puta spojili su tradicionalno i moderno i lokalne namirnice pripremili na malo drugačiji način u finger food varijanti. Iz Iloka su stigle i mirisne jagoda i vrhunska vina Buhačev Rose i Merlot, Graševina i Chardonnay Principovac Iločkih podruma, Traminac PZ Trs i Zeleni silvanac Ivana Čobankovića.

Moderna ponuda u kombinaciji s bogatom tradicijom, kulturnom baštinom i atraktivnom prirodom te poznata gostoljubivost, vrhunska vina i hrana i u čak osam tisuća godina života na ovom prostoru s inovativnim sloganom #osamtisućaljepota, razlog su više da ovog proljeća posjetite Srijem i Slavoniju.

**Pet srijemskih vinskih priča, 19. svibnja, Split**

U hotelu Vestibul Palace uz svako vino vezali smo lijepu turističku priču. Uz Silvanac je vezana ležernost i lakoću putovanja po Srijemu i Slavoniji i posjet podrumima na Iločkoj vinskoj cesti. Vrhunski polusuhi Chardonnay iz 2017. Vinarije Trs i izniman Chardonnay iz 2016. Iločkih podruma tihi su vladari i povezani ih s iločkim plemićima koji su ovom gradiću ostavili bogatu kulturnu baštinu - dvorac, srednjovjekovne zidine, stare podrume iz 15. i 18. stoljeća. Buhačev Merlot iz 2016., jedino crno vino na radionici, povezano je s prekrasnom prirodom, srijemskim i slavonskim rijekama i šumama. Priča je zaokružena kraljevskom sortom, tramincem. Na splitskoj radionici kušao se Traminac izborne berbe bobica iz 2015. Vinarije Dragun i kao posebno iznenađenje za kraj, Traminac izborne berbe prosušenih bobica iz 2011. Iločkih podruma.

**Vinske priče Srijema, 22. studeni, Zagreb**

U velikom zagrebačkom vinskom tjednu, 22. studenog, Srijem i Slavonija predstavili su se nepretenciozno i samozatajno, vinima koja intrigiraju, ali i osvajaju na prvu, idealnim za opuštanje i uživanje u svakom gutljaju. Vino je radost - piše na ulazu u Pupitres, vinoteku poznate hrvatske sommelierke Jelene Šimić Valentić koja želi demistificirati priču o vinu kao nečem uzvišenom i ekskluzivnom, rezerviranom samo za znalce. U Pupitresu je predstavljeno sedam iznimnih vina i dva iznenađenja.

Prvo iznenađenje – da među vinima nije bilo graševine. Posve neočekivano za Srijem i Slavoniju u kojoj je ova sorta najrasprostranjenija i daje iznimne rezultate. Fokus je ovoga puta bio na raznolikosti sorti i stilova iločkih vinara, koji svaki na svoj način pričaju lijepu vinsku priču. Degustacija je započela netipičnim pitkim Chardonnayom iz 2017. Vinarije Trs, svakodnevnim vinom koje se može pijuckati kao aperitiv ili sljubiti s laganim jelima poput salata i bijelog mesa. Lagan, ugodan i ekspresivan Silvanac zeleni iz 2018. Mirka Čobankovića, pomalo predikatnih nota, pravo je iznenađenje za ovu sortu, dok se Buhačev Rose iz 2018. – inače najprodavanije vino ovog podruma – ističe bojom lososa, a njegov slatkast okus podsjeća na šumske jagode, maline i bobičasto voće. Skladan i elegantan Cabernet franc iz 2016. Vinarije Trs, prozirno-rubinske boje nudi okus crnog ribizla, malina i kupina. S nježnim elementima vanilije i suptilnom notom papra, nenadano se istaknuo među vinima, a neobičan, vrlo zanimljiv i poseban Principovac Chardonnay iz 2016. Iločkih podruma, stilom, mirisom i okusom bio je sjajan uvod u predikate od traminca – sorte koja upravo u Srijemu daje najbolje rezultate. Dragunov Traminac izborne berbe bobica iz 2015. podsjeća na ruže, rahatluk i marelice, dok je Traminac izborne berbe prosušenih bobica iz 2011. Iločkih podruma osebujno i moćno vino. Suptilan i harmoničan Traminac Principovac iz 2015., također Iločkih podruma, s okusom marelice te nježnim notama petroleja, meda, dunja, karameliziranog šećera… kao drugo iznenađenje večeri zaokružio je vinsku priču.

* **Popis sajamskih nastupa i posebnih prezentacija**

**klastera Slavonija u 2019. godini:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NAZIV SAJMA** | **Razdoblje održavanja** | **UKUPNO** | **HTZ** | **KLASTER SLAVONIJA** | **TZŽ - 5** |
| Caravana, Leeuwarden,  Nizozemska | 17.01.-22.01. | 23.779,51 kn | 17.076,20 kn | 6.703,31 kn | 1.340,66 kn |
| Natour Alpe Adria,  Ljubljana, Slovenija | 31.01.-02.02. | 9.121,15 kn | - | 9.121,15 kn | 1.824,23 kn |
| Destinationshow, London, Velika Britanija | 31.01.-03.02. | 84.218,51 kn | 47.584,21 kn | 33.806,20 kn + 2.828,10 kn TZ Zagrebačke | 6.761,24 kn |
| Munchen f.r.e.e, Njemačka | 20.-24.02. | 26.098,99 kn | - | 26.098,99 kn | 5.219,79 kn |
| Utrecht, Nizozemska | 01.-03.03. | 28.887,17 kn | 6.340,00 kn | 22.547,17 kn | 4.509,43 kn |
| ITB Berlin, Njemačka | 06.-10.03. | 4.773,54 kn | - | 4.773,54 kn | 954,71 kn |
| TTG Rimini, Italija | 09.-11.10. | 9.692,50 kn | - | 9.692,50 kn | 1.938,50 kn |
| **UKUPNO** |  | **186.571,37 kn** | **71.000,41 kn** | **112.742,86 kn** | **22.548,56 kn** |
| Odobreno HTZ |  |  | 71.000,00 kn |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **NAZIV PREZENTACIJE** | **Razdoblje održavanja** | **UKUPNO** | **HTZ** | **KLASTER SLAVONIJA** | **TZŽ - 5** |
| PP Ljubljana, Slovenija | 12.03. | 29.423,40 kn | 22.067,55 kn | 7.355,85 kn | 1.471,17 kn |
| PP Mađarska | 19.06. | 27.576,75 kn | 20.682,56 kn | 6.894,19 kn | 1.378,84 kn |
| PP Beč, Austrija | 11.09.-13.09. | 48.300,59 kn | 36.225,44 kn | 12.075,15 kn | 2.415,03 kn |
| PP Zagreb, Hrvatska | 12.12. | 57.676,55 kn | 43.257,41 kn | 14.419,14 kn | 2.883,82 kn |
| **UKUPNO** |  | **162.977,29 kn** | **122.232,96 kn** | **40.744,33 kn** | **8.148,86 kn** |
| Odobreno HTZ |  |  | 110.000,00 kn |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **SAJMOVI + PREZENTACIJE** |  | **349.548,66 kn** | **193.233,37 kn** | **153.487,19 kn** | **30.697,42 kn** |
|  |  |  |  |  |  |

* + 1. **Studijska putovanja novinara**

U nastavku je tablica s popisom svih novinara i agenata koji su posjetili Vukovarsko – srijemsku županiju u 2019. godini posredstvom HTZ-a i u suorganizaciji TZ VSŽ i lokalnih TZ. Ukupno je u 2019. godini realizirano 18 studijskih putovanja, od čega je 14 studijskih posjeta novinara, dvije grupe agenata i dvije grupe Tv ekipa. Osim ukupno značajnog povećanja posjete, moramo naglasiti da su promotivni efekti iznimno značajni. Posebice se to vidi kod tematskih studijskih putovanja. U 2019. godini francuski časopis Le Figaro objavio je reportažu na 10 stranica o Hrvatskom Podunavlju. Članak je također rezultat studijskog putovanja. Ovakvu reklamu teško da bismo s bilo kojim budžetom udruženog oglašavanja mogli financirati te možda najzornije govori o značaju ove promotivne aktivnosti.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PREGLED NOVINARSKIH STUDIJSKIH GRUPA U 2019.** | | | | | | |
| broj novinara / agenata | država | ime i prezime | medij | datumi | lokacije | Naklada/doseg |
| 2 | **Njemačka** | Kerstin Wolters | glavni urednik | 20. – 21. svibanj | Vukovar, Nijemci, Ilok, Tordinci | **Nurnberger Nachrichten/nordbayern.de**  **Focus:** travel  **Circulation:** 260.000  **Reach**: 45 million PI/10 million visits per month (nordbayern.de)  **Distribution area**: North of Bavaria  **Abendzeitung Munchen and straubinger Tagblatt**  **Focus:** Slavonia, Croatia  **Distribution area**: Germany; Bavaria |
| Christine Henze | urednik |
| 2 | **Španjolska** | Lidia Gonzalez Ndivo | novinar | 09. – 10. lipanj | Vinkovci, Vukovar, Ilok | [www.traveler.es](http://www.traveler.es)  **La Razon** (125.000 copies)  **Top Viajes** (25.000 unique users)  **Focus:** Gastronoy, villages and cities of Slavonia |
| Maria Magdalena Munar Krohn | novinar |
| 1 | **Slovačka** | Lucia Lukusova | reporter | 10. – 15. lipanj | Gradište, Bošnjaci, Vukovar, Tordinci, Ilok, Nijemci, Vinkovci | **TV Markiza, Novy Cas pre Zeny, Zivot**  **Focus:** Gastronomy, local people, Slovak people  **Distribution area**: Whole SVK |
| 1 | **Litva** | Ausrine Semiene | viši novinar/voditelj projekta za specijalizirana pitanja za različite zemlje | 30. kolovoz – 1. rujan | Bošnjaci, Gradište, Nijemci, Ilok, Vukovar, Vinkovci  (riječni kruzing) | **Travel magazine „Keliones ir pramogos“ (Travel & entertainment“)**  **Focus;** local&international travel news, destinations.  **Reach**: total over 150 000 readers all around country |
| 1 | **Finska** | Maria Charlotta Ronn | novinar za putovanja | 30. kolovoz – 1. rujan | Bošnjaci, Gradište, Nijemci, Ilok, Vukovar, Vinkovci  (riječni kruzing) | **Hufvudstabladet, Finland** [www.hbl.fi](http://www.hbl.fi)  **Focus**: Slavonia&Baranja  **Reach**: 100000  **Distribution area**: all over the Finland |
| 1 | **Austrija** | Susanne Mitterbauer | novinar | 09. – 11. rujan 2019. | Gradište, Vinkovci, Vukovar, Ilok | **Magazin traveller**  **Focus:** travel  **Circulation**: 10.000  **Reach**: Austria, borders Germany |
| 2 | **Njemačka** | Kathrin Haase | blogerice | 20. rujan | Vukovar, Ilok | **Touroperator I.D. Riva** Tours organizirao je studijsko putovanje 2 blogerica u Slavoniju. |
| Kristin Haase |
| 6 | **Ukrajina** | Lesia Sikalova | urednik odjeljka EUROPE | 16. – 17. rujan | Vukovar, Ilok, Tordinci | **The Best Hotels Guide/EUROPE/N039**  **Focus:** The best travel **Destination:** hotels, resorts, SPA of Europe  **Circulation:** 10 000; free  **Reach**: 30 000 readers in average |
| Olena Salysta | vlasnik, glavni urednik | **Diplomat magazine**  **Focus**: Tourists pearls  **Circulation:** 5.000 copies  **Reach**: Ukraine |
| Valeryia Ausianik | glavni urednik | **Turprofi.com.ua**  **Focus:** Travel business and tourism  **Circulation:** online magazine  **reach:** 10,000 followers on Facebook (mainly travel agency) |
| Serhii Komisarov | zamjenik glavnog urednika Ukrainian News Agency Ukrpress- Info |  |  | **5 publications on Croatia**, its traditions, culture and modern life. Three video programs on the tourism |
|  |  |  |  |  |  | potential of Croatia.  **Focus:** traditions and customs of the Croatian people, folk crafts, traditional cuisine.  **Circulation:** The audience of the agency is the whole of Ukraine, citizens abroad. More than 3 million.  **Reach:** the purpose of publications is the broadest and most interesting information for our readers and viewers. |
| Gorobets Iryna | predsjednik izdavačke kuće međunarodnog časopisa za turizam |  |  | **Tourism/destination**  **Circulation:** 20 000  **Distribution area:** Ukraine |
| Yurchuk Svitlana | glavni urednik |  |  | **TRAVELLER magazine**  **Focus:** travel, medical tourism  **Distribution area:** Kiev and Kiev region  **Circulation:** free distribution advertising agency |
| 2 | **Danska** | Tom Norgaard | glavni urednik | 25. -26. rujan | Vukovar, Ilok (ratni turizam) | **Jyllands-Posten, Politikens forlag**  **Focus:** The story about the war  **Circulation:** 201.000 print + online  **Reach:** Denmark  **Distribution area:** Denmark (+ Norway guidebook) |
| Maria Bernadette Bergh Ebert |  |
| 2 | **Finska** | Jussi Puikkonen | fotograf | 24. – 28. rujan 2019. | Gradište, Vinkovci, Vukovar, Ilok  (gastro/eno,riječni kruzing) | **Matkaopas**  + foodie&wine travel reportage for Finnish wine magazine called Viini.  **Focus:** travel/Slavonia&Baranja  **Reach**: 93 000  **Distribution area**: Finland |
| Kaisa Viitanen | novinar |
| 1 | **Švedska** | Hans Lennart Berns | novinar | 30. rujan – 2. listopad 2019. | Vinkovci, Vukovar, Ilok | **Kvallsstunden and others**  **Focus:** Tourism  **Circulation**: 50 000/weekly  **Reach:** Times 3  **Distribution area**: all Sweden and Swedish US emigrants |
| 14 | **Velika Britanija, Francuska, Norveška, Belgija, Nizozemska , Poljska i Češka** | Ian Harper | blogeri | 12. – 13. listopad | Vukovar, Vinkovci, Nijemci, Tordinci  priroda i jesen, projekt „Croatia full of nature“ | **Svakako bi istaknuli visoko tiražne novine:**  Peter Samson THE SUNDAY POST PS MAGAZINE REACH 366,000  Anna KOZUBSKA – LEONARCIK Poljska – blog (pisani članak)  LAvenir - više od pola milijuna čitatelja  Lucie Šmoldasová  Te Instagram: [lightroom\_ig/](http://www.instagram.com/lightroom_ig/) i [dpc\_photography\_/](https://www.instagram.com/dpc_photography_/) |
| Daniel Casson |
| Chloe Sterk |
| Janicke Borgen Hansen |
| Anna Kozubska |
| Jules Bloseur |
| Maryne Arbouys |
| Tom – Christoph Junemann |
| Ardijan Latifi |
| Kate Pernfuss |
| Peter Samson |
| Jeroen Kreule |
| Frederic Renson |
| Lucie Šmoldasova |
| 2 | **Danska** | Hanne Hoiberg - Nielsen | novinar za putovanja | 17.-19. listopad 2019. | Ilok, Nijemci, Vukovar  vina | **SONDAG**  **Focus:** The wonderful wines of Ilok/including boattrip on the rivers |
| Michael Nordlien Bruel | fotograf |
| 2 | **Poljska** | Przemyslaw Adamski | novinar | 16.-19. studenog | Bošnjaci, Vukovar, Ilok, Vinkovci | **Telewizja Polska SA**  **Focus:** information channel,channels of general interest  **Circulation**: 24/7, terrestrial transmitters, satellite transmission  **Reach:** 98%  **Distribution area:** countrywide |
| Justyna Adamska | novinar |
| **PREGLED AGENATA U 2019.** | | | | | | |
| broj  / agenata | država | ime i prezime | medij | datumi | lokacije | Naklada/doseg |
| 1 | **Finska** | Kristina Cruises Ltd  Birthe Suni | šef proizvodnje | 14. – 16. listopad | Gradište, Vinkovci, Vukovar, Ilok | **Kristina Cruises Ltd**  **Profile of ta, to:** cruises  Plans for2019/2020: approx. 15 groups  **Partner in Croatia**: mainly Adriatic DMC |
| 1 | **Ujedinjeno Kraljestvo** | TUI Cruises  Mark Sage | viši komercijalni menadžer | 14. – 16. listopad | Gradište, Vinkovci, Vukovar, Ilok | **TUI Cruises**  **Profile of ta,to:** Tour operator with cruise division  **Plans for 2019/2020**: Growth of river cruise product  **Partner in Croatia:** Guliver |
| **TELEVIZIJA 2019.** | | | | | | |
| broj | država | ime i prezime | medij | datumi | lokacije | Naklada/doseg |
| 7 | **Francuska** | Duboue Julien | šef (kuhar) | 18. – 22. lipanj 2019. | Ilok | **Tv show Cuisine Impossible**  **Publication:** Tv show  **Focus:** Food  reach: 1 million viewers age 20 to 40  **Distribution area:** TF1 group, network  **Type of publication:** 4 single show |
| Cardi Florent | kamerman |
| Kobersy Oliver | audio inženjer |
| Randrianarisoa Julien | menadžer produkcije |
| Gambier Pierre | koordinator |
| Gering Hugo | direktor |
| Dulery Jeanne | menadžer produkcije |
| 4 | **Njemačka** | Sebastian Lindemann | direktor | 24. – 26. lipanj | Ilok, Vukovar | **Filmquadrat**  **Focus:** The danube – from the Black Forrest to the Black sea  Circulation: SWR and all ARD channels  **Reach:** German Free TV + International sales  **Distribution area:** German Free Tv |
| Axel Schneppat | DOP |
| Ivo Wellmann | audio/dron |
| Petar Kurschner | popravljač (Hrvatska) |

***2.4. Interni marketing***

**2.4.1. Edukacija**

Predstavnici sustava turističkih zajednica sudjelovali su na edukacijama tijekom godine u organizaciji GU HTZ-a, Ministarstva turizma i ostalih institucija.

**2.4.2. Koordinacija sustava TZ, suradnja s tijelima i institucijama**

**2.4.2.1. Koordinacija sustava TZ Vukovarsko – srijemske županije**

Održano je četiri koordinacije sustava TZ na području VSŽ. Na koordinacijama su dogovarane kandidature projekata za TZ na TZN, realizacija udruženog oglašavanja te realizacija Dana hrvatskog turizma. Intenzivna komunikacija odvijala se i vezano uz izmjene visine boravišne pristojbe te na novu zakonsku regulativu. Sustav TZ na području VSŽ redovito komunicira, razmjenjuje informacije te se koordinira o svim bitnim pitanjima razvoja i promocije turizma na području Vukovarsko – srijemske županije.

**2.4.2.2. Koordinacija klastera Slavonija**

TZ VSŽ koordinator je klastera Slavonija temeljem Sporazuma o suradnji na kreiranju i promociji brenda Slavonija. Tijekom 2019. godine održano je šest koordinacija klastera Slavonija te, osim promotivnih aktivnosti zajedničkih sajamskih nastupa i posebnih prezentacija, realizirana su u roku i dva velika zajednička projekta. Dokument Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja te image brošura klastera Slavonija. Koordinacija klastera zahtjeva značajan angažman jer je Turistički ured TZ VSŽ središnje mjesto komunikacije odnosa GU – sustav TZŽ.

**2.4.3. Nagrade i priznanja**

Za godišnju hrvatsku turističku nagradu kandidirali smo Srijem i Slavoniju kao kontinentalnu destinaciju, Vukovar – Vučedol – Ilok kao destinaciju Kulture i gastronomije te holograme u kategoriji inovacije godine. U prve dvije kategorije prošli smo u drugi krug, no niti jednu nagradu nismo osvojili.

Najveći godišnji skup turističkih djelatnika, Dani hrvatskog turizma, održani su 3. – 5. listopada u Slavoniji. Osim glavnih događanja, koja su se odvijala u Vukovaru i Vinkovcima, sustav TZ je organizirao niz sadržaja za posjetitelje na cijelom području Županije. Program je bio iznimno bogat i raznolik, a u njega smo uvrstili sve ključne turističke sadržaje Srijema i Slavonije.

Program pod nazivom „šor(t)cut – do najbolje zabave u Slavoniji“ te uz njega posebna, gurmanska ruta, imali su svoj odjek i nakon DHT-a. Riječ je o sadržajima koji se mogu povezati i ponuditi tržištu i nakon DHT-a, svojevrsni priručnik za putovanje Srijemom i Slavonijom. U organizaciju je bio uključen cijeli sustav TZ s brojnim partnerima koji su kvalitetno i odgovorno realizirali domaćinstvo.

***2.5. Marketinška infrastruktura***

TZ VSŽ zajedno sa sustavom TZ uspješno koristi jedinstveni sustav prijave/odjave gostiju e Visitor. Također, redovito pratimo i ostale statističke podatke o kapacitetu i popunjenosti naših smještajnih kapaciteta.

TZ VSŽ članica je međunarodne organizacije DCC i klastera Slavonska košarica.

Tijekom 2019. godine nabavljali smo foto materijal potreban za promociju.

1. **ADMINISTRATIVNI MARKETING**

**Turistički ured i tijela TZ VSŽ**

Turistički ured Turističke zajednice Vukovarsko – srijemske županije upošljava direktoricu Turističkog ureda, jednu stručnu suradnicu i jednu suradnicu, obje na Ugovor na neodređeno vrijeme. TZ VSŽ redovno je javnost informirala o svojim aktivnostima putem konferencija za medije, objava na web stranici kao i objave dokumenata TZ VSŽ.

Tijela TZ VSŽ redovito su održavala svoje sjednice, a održano je ukupno tri sjednice Turističkog vijeća, tri sjednice Skupštine, od toga jedna Izborna, i dvije sjednice Nadzornog odbora.

* **PRILOZI**

**PODACI O TURISTIČKOM PROMETU ZA 2019. GODINU**

| Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **84.160** | **146.776** | **100** | **85.006** | **148.112** | **100** | **99,00** | **99,10** |
|  | Domaći turisti | 67.474 | 110.945 | 75,59 | 70.826 | 117.802 | 79,54 | 95,27 | 94,18 |
|  | Strani turisti | 16.686 | 35.831 | 24,41 | 14.180 | 30.310 | 20,46 | 117,67 | 118,22 |

Ostvareni dolasci i noćenja po mjesecima u 2019:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Siječanj** | **Veljača** | **Ožujak** | **Travanj** | **Svibanj** | **Lipanj** | **Srpanj** | **Kolovoz** | **Rujan** | **Listopad** | **Studeni** | **Prosinac** |
| **Dolasci** | 5.065 | 6.048 | 7.993 | 8.132 | 8.363 | 6.356 | 3.664 | 4.863 | 9.688 | 9.269 | 8.865 | 5.854 |
| **Noćenja** | 7.335 | 7.852 | 12.946 | **14.960** | 13.911 | 11.791 | 7.723 | 10.926 | **17.943** | **17.855** | 13.897 | 9.637 |

Noćenja su ostvarena u ukupno 150 smještajnih objekata i 2479 ležaja.

Najposjećeniji mjeseci su rujan, potom listopad i travanj.

Najzastupljenije dobne skupine su 12-17 godina, potom 45-54 i 35-44 godina.

U ukupnom broju dolazaka, njih 86,85 % realizirano je individualno, a 13,15% agencijski.

* **Podaci po turističkim zajednicama u 2019. godini:**

| Lokalna turistička zajednica: **Vukovar (Vukovarsko-srijemska)**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |  |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |  |
|  | **Ukupno** | **45.756** | **72.898** | **100** | **47.503** | **73.506** | **100** | **96,32** | **99,17** |  |
|  | Domaći turisti | 41.013 | 61.538 | 84,42 | 43.776 | 65.343 | 88,89 | 93,69 | 94,18 |  |
|  | Strani turisti | 4. 743 | 11.360 | 15,58 | 3.727 | 8.163 | 11.11 | 127,26 | 139,16 |  |

| Lokalna turistička zajednica: **Vinkovci (Vukovarsko-srijemska)**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **26.554** | **52.332** | **100** | **26.605** | **53.889** | **100** | **99,81** | **97,11** |
|  | Domaći turisti | 18.612 | 35.062 | 67,00 | 19.704 | 38.820 | 72,04 | 94,46 | 90,32 |
|  | Strani turisti | 7. 942 | 17.270 | 33,00 | 6.901 | 15.069 | 27,96 | 115,08 | 114,61 |

| Lokalna turistička zajednica: **Ilok (Vukovarsko-srijemska)**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **6.309** | **9.148** | **100** | **5.960** | **8.278** | **100** | **105,86** | **110,51** |
|  | Domaći turisti | 4.736 | 6.806 | 74,40 | 4.356 | 6.028 | 72,82 | 108,72 | 112,91 |
|  | Strani turisti | 1.573 | 2.342 | 25,60 | 1.604 | 2.250 | 27,18 | 98,07 | 104,09 |

| Lokalna turistička zajednica: **Županja (Vukovarsko-srijemska)**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **2.945** | **5.971** | **100** | **2.804** | **7.043** | **100** | **105,03** | **84,78** |
|  | Domaći turisti | 1.594 | 3.644 | 61,03 | 1.591 | 4.236 | 72,82 | 100,19 | 86,02 |
|  | Strani turisti | 1.351 | 2.327 | 38,97 | 1.213 | 2.807 | 27,18 | 111,38 | 82,90 |

| Lokalna turistička zajednica: **općina Nijemci (Vukovarsko-srijemska)**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **182** | **348** | **100** | **165** | **310** | **100** | **110,30** | **112,26** |
|  | Domaći turisti | 29 | 56 | 16,09 | 65 | 140 | 72,82 | 44,62 | 40,00 |
|  | Strani turisti | 153 | 292 | 83,91 | 100 | 170 | 27,18 | 153,00 | 171,76 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Godina** | **Ukupan broj dolazaka** | **Ukupan broj noćenja** |
| 2008. | 41 688 | 87 369 |
| 2009. | 34 406 | 80 109 |
| 2010. | 40 459 | 73 005 |
| 2011. | 39 145 | 66 090 |
| 2012. | 37 611 | 65 859 |
| 2013. | 46 039 | 82 517 |
| 2014. | 50 690 | 93 702 |
| 2015. | 60.570 | 110.513 |
| 2016. | 71.469 | 111.146 |
| **2017.** | **93.034** | **151.419** |
| 2018. | 85.006 | 148.112 |
| 2019. | 84.160 | 146.776 |

**Broj turističkih dolazaka/noćenja za grad Vukovar:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Godina** | **Ukupan broj dolazaka** | **Ukupan broj noćenja** |
| 2008. | 9 048 | 24 948 |
| 2009. | 8 187 | 21 961 |
| 2010. | 7 490 | 17 813 |
| 2011. | 6 107 | 9 512 |
| 2012. | 6 353 | 10 301 |
| 2013. | 9 217 | 18 665 |
| 2014. | 7 016 | 11 913 |
| 2015. | 17 877 | 28 215 |
| 2016. | 34 917 | 47 504 |
| 2017. | 47 849 | 70 621 |
| **2018.** | **47.503** | **73.506** |
| 2019. | 45.756 | 72.898 |

**Broj turističkih dolazaka/noćenja za grad Vinkovci:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Godina** | **Ukupan broj dolazaka** | **Ukupan broj noćenja** |
| 2008. | 22738 | 49859 |
| 2009. | 21932 | 50941 |
| 2010. | 26768 | 47010 |
| 2011. | 22357 | 41767 |
| 2012. | 19594 | 38623 |
| 2013. | 24703 | 46447 |
| 2014. | 31128 | 58420 |
| 2015. | 29919 | 62930 |
| 2016. | 23 233 | 43 785 |
| **2017.** | **27.492** | **56.508** |
| 2018. | 26.605 | 53.889 |
| 2019. | 26.554 | 52.332 |

**Broj turističkih dolazaka/noćenja za grad Ilok:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Godina** | **Ukupan broj dolazaka** | **Ukupan broj noćenja** |
| 2008. | 1848 | 2303 |
| 2009. | 1976 | 2640 |
| 2010. | 4223 | 5196 |
| 2011. | 5537 | 6959 |
| 2012. | 4226 | 5792 |
| 2013. | 4599 | 6991 |
| 2014. | 4448 | 6068 |
| 2015. | 5020 | 7794 |
| 2016. | 4 513 | 6 543 |
| **2017**. | **6007** | **8251** |
| 2018. | 5.960 | 8.278 |
| 2019. | 6.309 | 9.148 |

**Broj turističkih dolazaka/noćenja za grad Županju:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Godina** | **Ukupan broj dolazaka** | **Ukupan broj noćenja** |
| 2008. | 1368 | 2606 |
| 2009. | 1543 | 3434 |
| 2010. | 1242 | 1988 |
| 2011. | 1364 | 3406 |
| 2012. | 856 | 1511 |
| 2013. | 650 | 1621 |
| 2014. | 1420 | 8026 |
| 2015. | 1 274 | 3 811 |
| 2016. | 1 534 | 3 700 |
| 2017. | 2315 | 4807 |
| **2018.** | **2.804** | **7.043** |
| 2019. | 2.945 | 5.971 |

**Broj turističkih dolazaka/noćenja za Nijemce:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Godina** | **Ukupan broj dolazaka** | **Ukupan broj noćenja** |
| 2008. | 6120 | 6575 |
| 2009. | 117 | 158 |
| 2010. | 84 | 114 |
| 2011. | 3292 | 3693 |
| 2012. | 5914 | 7495 |
| 2013. | 6491 | 7815 |
| 2014. | 5908 | 6904 |
| 2015. | 5895 | 6643 |
| 2016. | 6331 | 7361 |
| **2017.** | **8409** | **8906** |
| 2018. | 165 | 310 |
| 2019. | 182 | 348 |

* **Tržišta s preko 1000 noćenja: prema broju noćenja od najviše prema najmanje**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Ukupni broj noćenja u VSŽ**  **iz zemlje** | **Vukovar/ %** | **Vinkovci/**  **%** | **Ilok/**  **%** | **Županja/**  **%** | **Nijemci/**  **%** |
| **Njemačka** | 4819  13% | 1572  33 % | 1863  39 % | 496  10% | 446  9% | 82  2 % |
| **BiH** | 4681  13% | 1904  41 % | 1767  38 % | 339  7 % | 378  8% | 31  1 % |
| **Slovenija** | 3497  10 % | 414  12% | 2800  80 % | 106  3 % | 76  2% | 12  0,3% |
| **Srbija** | 2970  8 % | 525  18 % | 1774  60 % | 178  6 % | 213  7% | 11  0,4% |
| **Italija** | 2630  7% | 1112  42 % | 1245  47 % | 109  4 % | 77  3% | 42  2% |
| **Austrija** | 1909  5 % | 522  27 % | 921  48 % | 231  12% | 123  6% | 21  1% |
| **Mađarska** | 1211  3% | 431  35% | 534  44 % | 39  3% | 22  2% | 2  0,2% |

**Od ukupnog broja svih noćenja ostvarenih u 2019. godini koji iznosi 146 776, njih**

52 332 odnosno 35, 65 % realizirano je u Vinkovcima

348 odnosno 0,24% u Nijemcima

***72 898 odnosno 49,67% u Vukovaru***

9 148 odnosno 6,23% u Iloku

5 971 odnosno 4,07% u Županji

**Od ukupnog broja stranih noćenja ostvarenih u 2019. godini koji iznosi 35 831, njih**

***17 270 odnosno 48,20 % realizirano je u Vinkovcima***

292 odnosno 0,81 % u Nijemcima

11 360 odnosno 31,70 % u Vukovaru

2 342 odnosno 6,54 % u Iloku

2 327 odnosno 6,49 % u Županji

**Od ukupnog broja domaćih noćenja ostvarenih u 2019. godini koji iznosi 110 945, njih**

35 062 odnosno 31,60 % realizirano je u Vinkovcima

56 odnosno 0,05% u Nijemcima

***61 538 odnosno 55,47 % u Vukovaru***

6 806 odnosno 6,13 % u Iloku

3 644 odnosno 3,28 % u Županji

* **Tržišta s preko 1000 noćenja, kretanja 2017. – 2019.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Ukupni broj noćenja u VSŽ**  **iz zemlje – 2017.** | **Ukupni broj noćenja u VSŽ**  **iz zemlje – 2018.** | **Ukupni broj noćenja u VSŽ**  **iz zemlje- 2019.** |
| **Njemačka** | 5 459 | 4 609 | 4 819 |
| **BiH** | 2 458 | 3 231 | 4 681 |
| **Slovenija** | 2 000 | 2 623 | 3 497 |
| **Srbija** | 2 862 | 2 262 | 2 970 |
| **Italija** | 2 665 | 1 984 | 2 630 |
| **Austrija** | 1 922 | 1 728 | 1 909 |
| **Mađarska** | 835 | 2 435 | 1 211 |

* **Podaci po turističkim zajednicama u 2019. godini: Sudionici školskih paket aranžmana odobrenih od strane školske ustanove**

| Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **31.264** | **42.501** | **100** | **35.119** | **50.361** | **100** | **89,02** | **84,39** |
|  | Domaći turisti | 30.855 | 41.836 | 98,44 | 34.981 | 50.005 | 99,29 | 88,21 | 83,66 |
|  | Strani turisti | 409 | 665 | 1,56 | 138 | 356 | 0,71 | 296,38 | 186,80 |

| Lokalna turistička zajednica: **Vukovar** (**Vukovarsko-srijemska)**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **29.174** | **38.283** | **100** | **33.158** | **46.303** | **100** | **87,98** | **82,68** |
|  | Domaći turisti | 28.852 | 37.852 | 98,87 | 33.147 | 46.283 | 99,96 | 87,04 | 81,78 |
|  | Strani turisti | 322 | 431 | 1,13 | 11 | 20 | 0,04 | 2.927,27 | 2.155,00 |

| Lokalna turistička zajednica: **Vinkovci** (**Vukovarsko-srijemska)**  Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2019** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Siječanj - Prosinac 2019 | | | Siječanj - Prosinac 2018 | | | indeks 2019 / 2018 | |
|  | zemlja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
|  | **Ukupno** | **2.056** | **4.184** | **100** | **1.952** | **4.048** | **100** | **105,33** | **103,36** |
|  | Domaći turisti | 1.969 | 3.950 | 94,41 | 1.825 | 3.712 | 99,96 | 107,89 | 106,41 |
|  | Strani turisti | 87 | 234 | 5,59 | 127 | 336 | 0,04 | 68,50 | 69,64 |

Razlika od 34 noćenja sudionika školskih paket aranžmana ostvareno je u ostalim područjima županije.

Na području Iloka, Županje i Nijemaca nisu evidentirana noćenja sudionika školskih paket aranžmana.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **01.01.2019.-31.12.2019.** | | **Godišnji indeks** | |
| **Dolasci** | **Noćenja** | **Dolasci** | **Noćenja** |
| **Do 12 godina** | 2.939 | 6.061 | 139,09% | 141,25% |
| **13-18 godina** | 30.389 | 43.769 | 88,79% | 87,23% |
| **19-30 godina** | 8.503 | 17.106 | 97,12% | 93,10% |
| **31-40 godina** | 11.218 | 20.215 | 99,50% | 94,31% |
| **41-50 godina** | 12.077 | 22.700 | 102,52% | 104,40% |
| **51-60 godina** | 10.281 | 18.825 | 113,46% | 115,55% |
| **Više od 60 godina** | 6.636 | 11.690 | 123,35% | 125,75% |
| **Ukupno:** | **82.043** | **140.366** | **99,34%** | **99,12%** |