



**Srijem i  
Slavonija**  
*Protkani zlatom*

TURISTIČKA ZAJEDNICA  
VUKOVARSKO-SRIJEMSKÉ ŽUPANIJE

**IZVJEŠĆE O RADU  
S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM  
U 2020. godini**

Ožujak, 2021.

**IZVJEŠĆE O RADU S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM**  
**TURISTIČKE ZAJEDNICE VUKOVARSKO – SRIJEMSKJE ŽUPANIJE**  
**U 2020. godini**

*s a d r ž a j:*

1. UVOD
2. FUNKCIONALNI MARKETING
  - 2.1. *Dizajn vrijednosti*
  - 2.1. *Komunikacija vrijednosti*
  - 2.3. *Distribucija i prodaja vrijednosti*
  - 2.4. *Interni marketing*
  - 2.5. *Marketinška infrastruktura*
3. ADMINISTRATIVNI MARKETING
4. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE
5. PRILOZI

## 1. UVOD

### - analiza, ocjena izvršenja programa te procjena učinka poduzetnih aktivnosti na razvoj turizma

Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije u 2020. godini realizirala je osnovne programske zadatke sukladno izvanrednoj, pandemijskoj godini kakva je bila 2020. U srpnju su usvojene Izmjene i dopune Programa rada te su aktivnosti, dinamika prihoda te struktura rashoda prilagođeni uvjetima života i rada.

Ukupan prihod TZ VSŽ u 2020. godini iznosi 1.409.527,68 kuna. Prihodi su ostvareni po osnovi turističke članarine 246.673,37 kuna, boravišne pristojbe 67.457,73 kuna, iz županijskog proračuna 437.769,90 kuna. Prihodi iz županijskog proračuna odnose se na financiranje rada Turističkog ureda u iznosu od 390.000,00 kuna, za programske aktivnosti 47.769,90. Prihodi za financiranje projekta Vrata spačvanskog bazena (nositelj grad Otok) iznose 112.990,30 kuna. Prihodi od strane HTZ-a iznose 352.720,31 kuna i predstavljaju financiranje za realizaciju promotivnih kampanja 50.682,58, iz Fonda za poravnanje 187.788,27 kuna te dug iz 2019. godine 114.251,46 kuna. Prihodi od ostalih TZ iznose 124.397,65 i odnose se na sufinanciranje zajedničkih sajamskih nastupa i posebnih prezentacija klastera Slavonija te sufinanciranje zajedničke promotivne kampanje i održavanje stranice slavonia.travel. Prihodi od povrata sredstava za financiranje projekta ViCTour iznose 67.516,51 kuna. Prihodi od kamata iznose 1,91 kuna.

Ukupni rashodi TZ VSŽ u 2020. godini iznose 1.219.722,22 kuna. Od ukupnih rashoda 583.011,47 kuna odnosi se na administrativni marketing, a 636.710,75 kuna na funkcionalni marketing i to: dizajn vrijednosti 146.069,26 kuna; komunikacija vrijednosti 237.825,97 kuna; distribucija i prodaja vrijednosti 160.146,98; interni marketing 83.855,54 i marketinška infrastruktura 5.300,00. Ostali rashodi iznose 3.513,00 kuna.

Na području Vukovarsko – srijemske županije ostvareno je u 2020. godini 146 776 noćenja. Ukupan broj ležaja na području Vukovarsko – srijemske županije u 2020. godini iznosi 2516 u 174 objekata. Povećanje broja ležaja u odnosu na 2019. godinu iznosi 1%, a broja registriranih objekata 16%.

U priložima ovog Izvješća o radu nalaze se detaljni podaci o dolascima i noćenjima. Početak 2020. godine imao je rezultate turističkog prometa izvan svih očekivanja. Povećanje turističkog prometa od 12 i 30% u siječnju i veljači izniman je rezultat. Nažalost, pozitivan trend prekinut je sredinom ožujka. Pandemijska svjetskih razmjera zahvatila je sve segmente života, od zdravlja do rada. Nastavak godine bio je balansiranje između mogućnosti koje su se mijenjale ponekad od dana do dana. U turističkom prometu i ostatak godine je bio iznenađujuć, pa su srpanj i kolovoz ostvarili najbolje rezultate u „korona mjesecima“. Kraj studenog donio je zatvaranje ugostiteljskih objekata, što je za područje Vukovarsko – srijemske županije značilo i zatvaranje nekih hotela, pa možemo reći da je godina tada krenula i svome turističkom kraju. Analizom dinamike ostvarenja turističkog prometa tijekom godine možemo zaključiti da su poduzete aktivnosti, a koje su planirane i prilagođene situaciji u Izmjenama i dopunama Programa rada TZ VSŽ za 2020. godinu, ostvarile pozitivan rezultat. Provedba samostalnih aktivnosti, ali i onih na razini klastera, kontinuirano doprinosi povećanju vidljivosti i atraktivnosti destinacije. Realizacijom značajnih EU projekata u turizmu na području grada Otoka i Iloka, a na kojima je TZ VSŽ partner, značajno se razvija turistički sadržaj na području županije gdje do sada nije razvijen, ali i također iznimno važno, podiže razina kvalitete turističke ponude u onom dijelu županije koji je turistički među najatraktivnijima, kao što je grad Ilok. Sudjelovanje TZ VSŽ kao partnera na spomenutim projektima od iznimne je važnosti jer su oba projekta u svom krajnjem cilju i sadržaju – turistički.

Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**  
Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>33.784</b>	<b>64.255</b>	<b>100</b>	<b>84.160</b>	<b>146.776</b>	<b>100</b>	<b>40,14</b>	<b>43,78</b>
Domaći turisti	28.691	49.370	76,83	67.474	110.945	75,59	42,52	44,50
Strani turisti	5.093	14.885	23,17	16.686	35.831	24,41	30,52	41,54

## 2. FUNKCIONALNI MARKETING

### 2.1. Dizajn vrijednosti

#### 2.1.1. Projekti iz programa za nerazvijene

Pravilnik temeljem kojeg bi se raspisivali Javni pozivi za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima, nije donesen. Javni pozivi tijekom 2021. godine nisu raspisani za niti jedan dio programskih aktivnosti. Krajem 2020. godine donesena je Uredba slijedom koje su u siječnju 2021. godine isplaćeni iznosi turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima te sredstva za udružene TZ, a koja se odnose na sredstva uplaćena u Fond u 2020. godini.

#### 2.1.3.2. Projekt Virovi – vrata Spačvanskog bazena

##### „VRATA SPAČVANSKOG BAZENA – Izgradnja i opremanje Bioekološko edukacijskog centra Virovi“

Nositelj projekta: Grad Otok

Partneri:

1. Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima Vukovarsko-srijemke županije
2. Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije
3. Udruga za zaštitu prirode i okoliša Zeleni Osijek

Trajanje projekta: lipanj 2018. -travanj 2021.

Vrijednost projekta: 25.595.341,55 kn

Projektom „VRATA SPAČVANSKOG BAZENA“ želi se odgovoriti na prioritetnu potrebu Grada Otoka i njegove šire okolice za ostvarenjem razvojnih potencijala koji proizlaze iz posjetiteljske valorizacije zaštićenog područja prirodne baštine.

Projektom će se aktivnostima izgraditi i opremiti moderni posjetiteljski centar koji će svojim sadržajima doprinijeti prije svega porastu očekivanog broja posjeta odredištu prirodne baštine. Brojni edukativni i interpretativni sadržaji koji će se provoditi za vrijeme provedbe projekta ali i nakon dovršetka provedbe, doprinijet će značajno unapređenju javne svijesti o važnosti očuvanja bioraznolikosti spačvanskih šuma. Brojni sadržaji, atraktivni multimedijalni koncept promocije prirodne baštine i smještajni kapaciteti koji će se stvoriti kroz provedbu projekta ponudit će se posjetiteljima kroz pažljivo osmišljenu medijsku i turističku promociju. Sve projektne aktivnosti doprinijet će tome da će dvije godine nakon provedbe projekta 8.400 posjetitelja godišnje posjetiti odredište prirodne baštine Lože i Virovi te da će njih najmanje 5.200 biti educirano o značaju prirodne baštine i potrebi njezinoga očuvanja.

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.

Cilj:

Unaprijediti valorizaciju prirodne baštine novim turističkim sadržajima kako bi se unaprijedilo društveno-gospodarski razvoj u istočnoj Slavoniji.

Specifični ciljevi:

1. Održivo korištenje prirodne baštine Lože i Virovi te njihova posjetiteljska i gospodarska valorizacija
2. Unaprijediti znanja i podići svijest šire javnosti o značaju i vrijednosti spačvanskih šuma kao prirodne baštine kroz razvoj infrastrukture, edukacijskih sadržaja i modela upravljanja odredištima prirodne baštine Virovi i Lože

Aktivnosti:

- Priprema projektne tehničke dokumentacije i studija
- Posjetiteljska infrastruktura i sadržaji ( izgradnja i opremanje bioekološko - edukacijskog centra Virovi, nabavka električnog turističkog broda, nabava električnog turističkog čamca, nabava razne opreme za turističke programe, uspostavljanje turističkih biciklističkih i turističkih vodenih ruta
- Edukacija i interpretacija (nabava opreme za provedbu edukacijskih i interpretativnih sadržaja u prirodi, izrada edukativnih materijala, izrada studija biljnih i životinjskih vrsta područja Natura 2000)
- Promocija i vidljivost (predstavljanje na specijaliziranim sajmovima, promocija putem turističkih operatera, izrada web stranice, ugovaranje PR stručnjaka..)
- Promidžba i vidljivost (uvodna i završna konferencija)
- Upravljanje projektom i administracija

### **Provedba projekta u 2020. godini.**

Turistička zajednica je kroz 2020. godinu trebala provesti tri aktivnosti završno sa 22. kolovozom 2020. godine prema planu projekta.

Početkom godine realizirano je predstavljanje odredišta prirodne baštine na turističkom sajmu u inozemstvu - Sajam Natour Alpe – Adria u razdoblju od 29.1.-1.2.2020 u Ljubljani. Sljedeća planirana aktivnost je bila predstavljane na sajmu Birdfair u Ujedinjenom Kraljevstvu, no s obzirom da je završetak projekta planiran dan prije završetka sajma tu aktivnost smo morali zamijeniti za nastup na sajmu Place2go koji se trebao održati od 13.-15.ožujka 2020. godine u Zagrebu. Razlog odabira tog sajma je što je to najveći turistički sajam u Republici Hrvatskoj na kojem se predstavlja 34 strane zemlje i predstavljaju različite turističke proizvode što smatramo da bi za predstavljanje projekta bilo puno bolje jer pruža puno veću mogućnost povezivanja s ostalim tržištima. Sajam, nažalost, nije održan zbog epidemiološke situacije sa Covidom-19 te je ova aktivnost odgođena do daljnjeg. U međuvremenu, s obzirom na produžetak radova vezanih uz izgradnju Bio-edukacijskog centara, zatraženo je produljenje projekta koje je odobreno na krajnji rok 30. travanja 2021.

godine. Slijedom ove odgode, aktivnost promocije odredišta turističkim operaterima odgodili smo za realizaciju kad centar bude gotov i spreman za prihvata posjetitelja.

Sudjelovali smo na redovnim sastancima projektnog tima te aktivno surađivali u pripremi brošure partnera Grada Otoka. Također smo sudjelovali na studijskom putovanju u organizaciji partnera Udruge Zeleni Osijek u periodu od 24. do 27. listopada 2020. godine na kojem su, uz predstavnike Udruge, sudjelovali i predstavnici Grada Otoka kao nositelja projekta te projektni partneri iz Javne ustanove za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima Vukovarsko-srijemske županije i Otočke razvojne agencije. Na studijskom putovanju posjetili smo Centar za posjetitelje „Med dvema vodama“ u Križovcu, Centar za posjetitelje „Kuća Velebita“ NP Sjeverni Velebit i Centar za posjetitelje „Burnum-Puljane“ NP Krka. Svim sudionicima su iz prve ruke prezentirani primjeri dobre prakse, a savjetovanje te razmjena znanja i iskustva omogućit će što bolju primjenu u narednom periodu ustrojavanja i stavljanja u funkciju novog Centra za posjetitelje „Vrata spačvanskog bazena“.

### 2.1.3.3. Ostali kandidirani EU projekti

#### **„Rekonstrukcija zidina, zgrade Žitnice, Podrumareve kuće i franjevačkog samostana u Iloku“**

**Nositelj projekta:** Grad Ilok

**Partneri:** Franjevački samostan, Iločki podrumi d.d., Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije.

**Trajanje projekta:** srpanj 2020.-30. svibanj 2023. godine

**Vrijednost projekta:** 67.346 078,90 kuna

#### **Opis projekta:**

Vukovarsko-srijemske županija obiluje potencijalom koji leži u kulturnoj baštini koja nije u dovoljnoj mjeri stavljena u funkciju kako bi pridonijela društveno-gospodarskom oporavku ovog kraja te se ovim projektom želi to promijeniti. Kulturno povijesno naslijeđe VSŽ čine sakralna i svjetovna baština srednjovjekovnog i novovjekovnog postanka. Većina spomenika kulture zahtjeva hitnu obnovu, konzervaciju i restauraciju a time i izradu programa zaštite spomenika kulture na području VSŽ koji su od strateške važnosti. Na području VSŽ ima 230 registriranih a na području Iloka 23 kulturna dobra koje je potrebno očuvati za buduće naraštaje. Kulturna baština je važna dodana vrijednost turističkoj ponudi.

#### **Cilj i utjecaj projekta:**

Projekt će doprinijeti cjelokupnom gospodarskom razvoju grada Iloka, VSŽ i šire te doprinijeti zapošljavanju u novostvorenim sadržajima. Revitalizacijom kulturne baštine i uključivanjem dodatnog sadržaja doprinijet će se poboljšanju turističke ponude grada Iloka. Provedbom projekta obnovit će se kulturna dobra, zgrada Žitnice, Zidine, Podrumareva kuća i Franjevački samostan. Osigurat će se dodatni sadržaj temeljeni na valorizaciji i interpretaciji kulturne baštine, poput izložbenog galerijskog prostora, prezentacijskih dvorana i ostalo. Novi turistički sadržaj imat će za glavni cilj povećanje broja posjetitelja koji su na dolazak motivirani kulturnom baštinom. Ovom aspektu će doprinijeti uređeni sadržaj obuhvaćeni projektom a posebice sadržaji koji uključuju smještaj koji će zadržati posjetitelje i stvoriti novu turističku vrijednost.

Aktivnosti: građevinski radovi, oprema, stručne usluge vezane za gradnju, promocija i vidljivost, upravljanje projektom.

#### **Zadaća kroz aktivnosti TZ VSŽ:**

Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije koordinator je aktivnosti promocije, vidljivosti i upravljanja projektom. U okviru promocije i vidljivosti doprinijet će se brendiranju i strateškom pozicioniranju destinacije grada Iloka.

Rezultati: 3 direktno i 20 indirektno novo uposlenih osoba.

**Značaj projekta:**

Provedbom projekta obnovit će se kulturna baština koja je važna za ukupni dojam određenog područja te će grad Ilok dobiti novu i ljepšu vizuru te postati privlačniji gospodarstvenicima koji su važni za razvoj poduzetništva na području grada Iloka. Stoga jasno je da će se projektom bitno unaprijediti kvaliteta lokalnog stanovništva.

**Plan nabave TZ VSŽ** za projekt „Rekonstrukcija zidina, zgrade Žitnice, Podrumareve kuće i franjevačkog samostana u Iloku.

Rb.	Aktivnost	Nabava	Vrijeme provedbe (mjeseci)	Budget	Opis
1.	Konferencija za medije	1.9.- 31.10.2020.	1	8.750,00 (2x 4.375,00) Za dvije konferencije	PR podrška te catering za minimalno 25 osoba tijekom svake konferencije na početku i na kraju provedbe projekta.
2.	Promo alati	1.10.- 30.11.2020.	30	218.750,00	Dizajn vizualnog identiteta , bannera, materijala za oglašavanje, promotivnog videa, promotivnih materijala i informativnih tabli. Ugovorom vezati do 30.5.2023.
3.	Promo aktivnosti	1.2.- 31.3.2021.	26	137.500,00	Zakup medijskog prostora, online i outdoor oglašavanje.
4.	Prilagodba web stranice	1.3.- 31.5.2021.	24	50.000,00	Poboljšanje web stranice, dizajn, programiranje i izrada složene web stranice na kojoj će biti posebno istaknut projekt.
5.	Edukacija o projektu dionicima turističkog sektora destinacije	1.9.- 31.10.2022.	1	18.750,00	Organizacija edukacije, angažman predavača, radne materijale i catering za 25 sudionika.
6.	Prezentacija projekta i destinacije Iloka u Zagrebu	1.2.- 31.3.2023.	2	34.500,00	Angažman PR agencije koja će biti zadužena za prezentaciju projekta u Zagrebu a uključuje i catering za sudionike.
7.	Studijsko putovanje novinara i agenata	1.2.3.3.2023.	2	30.200,00	Organizacija studijskog putovanja u grad Ilok na Info dan, dan otvorenih vrata za min 15 osoba (novinara, agenata, blogera).
8.	Info dan-Dan	1.2.3.3.2023.	2	56.250,00	Angažman PR agencije koja će biti zadužena za sve

	otvorenih vrata				planirane aktivnosti na Info danu.
9.	Event otvorenja	1.3.-30.4.2023.	1	18.750,00	PR podrška koja će biti zadužena za event otvorenja po završetku projektnih aktivnosti, a uključuje i catering za minimalno 100 osoba.

### **Provedba aktivnosti u 2020. godini**

U srpnju je započela realizacija projekta „Rekonstrukcija zidina, zgrade Žitnice, Podrumareve kuće i Franjevačkog samostana u Iloku“, no nije održana početna konferencija jer nije imenovan voditelj projekta ispred grada Iloka zbog poništenja natječaja. Zbog nastale epidemiološke situacije sa Covidom-19 u cijeloj zemlji još neke aktivnosti projekta su odgođene te će biti realizirane kad mjere to budu dozvoljavale.

TZ VSŽ u prosincu je raspisala nabavu za Promo alata te smo započeli izradu i dizajn vizualnog identiteta, banneri i promotivnih materijala, dok će se ostali elementi nabave realizirati do kraja svibnja 2023. godine prema sklopljenom Ugovoru sa Izvršiteljem. Vrijednost nabave iznosi 217.906,25 kuna (PDV uračunat u cijenu).

Ukupno rashodi za Dizajn vrijednosti: 146.069,26.

## ***2.2. Komunikacija vrijednosti***

### **2.2.1. On line komunikacije**

Web stranica [www.visivukovar-srijem.com](http://www.visivukovar-srijem.com) redovno je ažurirana kao i profili na društvenim mrežama FB i Instagram gdje samostalno redovito objavljujemo sve aktivnosti TZ VSŽ i cijelog sustava TZ na području VSŽ.

U 2020. godini realizirana je i nova web stranica - prva klasterska web platforma: [www.slavonia.travel](http://www.slavonia.travel) Riječ je o stranici koja predstavlja svih pet slavonskih županija objedinjenih u turistički klaster Slavonija. Tijekom godine, stranica je prevedena na engleski i njemački jezik te su dogovorena daljnja sadržajna poboljšanja. Platforma predstavlja temelj za provedbu zajedničkih promotivnih aktivnosti klastera Slavonija jer je odredišno web mjesto takvih kampanja. Nova platforma predstavljena je medijima u Zagrebu.





Osjeti, okusi, upoznaj U digitalno vrijeme ovaj projekt osigurava iznimno važno mjesto za inspiraciju

## Slavonija konačno dobila zajedničku platformu za turističku promociju

Projekt je osmišljen u 'lockdownu', a cilj je na jednom mjestu dobiti sve informacije o regiji koju predstavlja pet TZ-ova

MARITA ČIBALIĆ  
 marita.cibalic@poslovni.hr

Osjeti, okusi, upoznaj, ni su ključne poruke nove digitalne platforme Slavonija Travel na kojoj se po prvi put na jednom mjestu turistima predstavlja cijela Slavonija. Novu komunikacijsku strategiju na temelju strateškog marketinškog plana Slavonije koji je napravio Institut za turizam, u suradnji s turističkim zajednicama pet slavonskih županija osmislila je agencija S.T.A.R. Digital, a projekt je u cijelosti osmišljen u koronavi-rus lockdownu.

**Prvo na domaće tržište**  
 Kako su na predstavljanju u Zagrebu u pratnji istaknutih stručnjaci na projektu, cilj platforme je na jednom mjestu dobiti sve informacije o regiji koju zajednički predstavljaju pet županijskih turističkih zajednica, i na predstavlja početnu točku za buduću promociju na globalnom tržištu.

Za početak, Slavonija će se već ovih dana u kampanji na društvenim mrežama predstavljati domaćim gostima, koji već



Direktorice županijskih TZ-ova: Rajana Bušić Oršić, Maja Jakobeč Vuković, Martina Blesić, Ivana Jarić, Ruža Vuković

čine oko 90 posto turističkog prometa u Slavoniji, koja svojim sadržajima ima velik potencijal za turistički renesans, pogotovo u današnjim okolnostima.

"Slavonija je pravi izbor za sve one koji žele putovati u vremenima u kojima se vodi računa o budućnosti i još se uvijek pazi na socijalnu distancu, no s druge strane želi se uživati u slobodi koja putovanja pružaju. Nova platforma potencijalnom gostu pruža ključne informacije o na-

joj jedinstvenoj destinaciji koju svakako treba osjetiti, okusiti i upoznati. Kao ključer prostora, ključna je godina zajednički prerasu-

### Idealno odredite se za okolnosti

"Slavonija je pravi izbor za sve koji žele putovati u vremenima u kojima se vodi računa o budućnosti i pazi se na socijalnu distancu, no želi se uživati"

mo peomotivne aktivnosti, no u digitalno vrijeme ova komunikacijska platforma iznimno važno mjesto za inspiraciju za putovanje i informaciju o destinaciji Slavonija", istaknula je Rajana Bušić. Svakako, klimatizacija Slavonija i direktorica TZ Vukovarsko-srijemske županije. Platforma

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

### Zajednički nazivnik, dvije dimenzije

"Znamo da turistički proizvod ne poznaje administrativne granice, pokušali smo odgovoriti Što taj proizvod veže. Što ga ujedinjuje i koji je zajednički nazivnik", istaknula je Stjepana Boranić Žilavder s Instituta za turizam te se osvrnula na turističke trendove. Tržište se zrelom, ekološki osvjetlo, neotkriveno, turistički nepotrošeno i iskreno, a vezano za aktualnu situaciju važna je sigurnost i određena bezbrižnost. Pristranost Slavonije u tom su kontekstu "ni" i savršeno odgovaraju na te zahtjeve.

"Slavonija Travel ima dvije dimenzije, destinacijska i proizvodna, a arhitektura i dizajn su jednostavni, pa se koristeći bez problema kroću po svim sadržajima i segmentima weba. Platforma ne zamjenjuje postojeće web stranice županijskih turističkih zajednica, primarna funkcija joj je pružiti odličan utjecaj na prve tri faze procesa odluke: knjižjeg korisnika o putovanju, inspiraciju, nametanje, odabir destinacije. A za daljnje korake na tom putu, putovanje, niše... korisnik i dalje koristi postojeće web stranice", ističe Hrvoje Sukić, direktor S.T.A.R. Digitala.

FB nagradna igra na profilu Visit Vukovar Srijem provedena je u listopadu. Najbolji komentar nagradili smo s trodnevnim boravkom za dvije osobe u Vukovarsko – srijemskoj županiji. Nagradna igra ostvarila je 65 komentara. Broj korisnika koji su vidjeli objavu 36 734; angažmani: 3 568; Lajkovi: 429; podijeljeno: 50 puta. Nagrađen je komentar Kristijana Krivačića iz Karlovca.

### 2.2.2. Promotivne kampanje i opće oglašavanje

Sve promotivne aktivnosti u 2020. godini bile su usmjerene isključivo domaćem tržištu. Dinamika kampanja pratila je dinamiku pandemije. Prve kampanje krenule su odmah s proljeća, a ostvareni turistički promet u srpnju i kolovozu U 2020. godini TZ VSŽ je realizirala dvije kampanje

1. **Srijem i Slavonija – pravi izbor za prvo putovanje.** Kampanja je realizirana nakon otvaranja u ožujku i travnju, a sastojala se od niza članaka i objava koje su komunicirale ključne sadržaje i ponudu destinacije. Komercijalna vrijednost objava predmetne kampanje je 131.050,00 kuna.
2. **Osjeti. Okusi. Upoznaj. Slavonija** – prva zajednička kampanja klastera Slavonija.

U drugom dijelu godine, u suradnji s klasterom Slavonija realizirano je i zajedničko predstavljanje u posebnom izdanju Večernjeg lista posvećenog Slavoniji.

Realizirana su i oglašavanja u časopisu VinumIN i Place2go.

Ostvarena je intenzivna suradnja s portalom Turističke priče i Hrturizam.hr te je u četiri mjeseca objavljeno preko 25 objava o sadržajima i ponudi županije.



### 2.2.3. Brošure i ostali promo materijali

Tijekom godine napravljena je priprema digitalne tematske brošure o vinskom turizmu Srijema i Slavonije pod nazivom „Vinske priče Srijema“. Brošura je za sada u on line izdanju. Ponuda ugostiteljskih objekata u sklopu projekta „Okusi Srijema i Slavonije“ predstavljena je i u zajedničkom on line katalogu „Okusi hrvatske tradicije“.

S obzirom na pandemijske uvjete rada i prilagodbe aktivnosti situaciji, za sada nije napravljeno tiskano izdanje, a koje je svakako u planu.

### 2.2.4. 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.

Ukupno rashodi za komunikacija vrijednosti: 237.825,97.

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

#### **2.3.1. Sajmovi**

Od svih planiranih samostalnih i klusterskih sajamskih nastupa, realiziran je samo sajamski nastup na sajmu Destinationshow u Londonu.

- **Destinationshow, London**

Turističke zajednice županija Osječko – baranjske, Požeško – slavonske, Brodsko – posavske, Virovitičko – podravske, Vukovarsko – srijemske i Zagrebačke realizirale su zajednički nastup na turističkom sajmu Destinationshow, koji se od 31. siječnja – 2. veljače održao u Londonu. U 2020. godini partner na sajamskom nastupu bio je i projekt Amazon Bike Trail. Višegodišnji nastup na ovom sajmu pokazao je da interesa i prostora za sadržaje ovog dijela hrvatske na britanskom tržištu svakako ima. Nova direktorica predstavništva HTZ-a u Londonu istoga je mišljenja te smo dogovorili aktivnosti na približavanju ovog dijela Hrvatske partnerima iz Velike Britanije nizom poslovnih događanja i prezentacija. Upravo intenzivnija suradnja i razumijevanje Predstavništva je potrebno za konkretnije pomake. Nažalost, nakon svega, došla je pandemija.

#### **2.3.2. Posebne prezentacije**

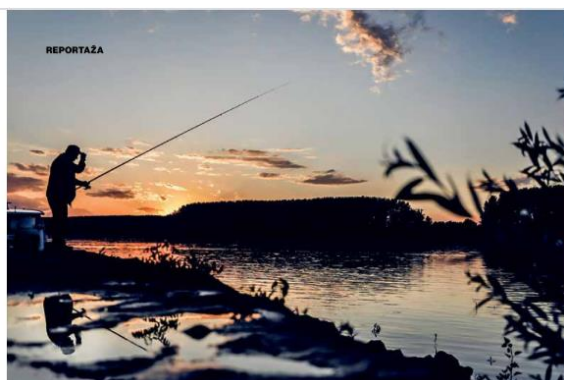
TZ VSŽ nastavila je s nizom tematskih vinskih prezentacija. Od svih planiranih, realizirana je posebna prezentacija traminaca, 14. rujna u Zagrebu. 8 vrhunskih traminaca okupilo je predstavnike ugostiteljskih objekata, agencija i novinare u zagrebačkom hotelu Le premier na prezentaciji pod nazivom „Traminac – vino kraljeva“. Riječ je o trećoj po redu prezentaciji na temu vinskih priča Srijema. Vino je jedna od najljepših pozivnica za dolazak u Srijem i Slavoniju. A vino na vinskim kartama ugostiteljskih objekata u destinacijama koje su prvi izbor posjetitelja Hrvatske je jedan od dobrih putova do naših potencijalnih posjetitelja. Komercijalna vrijednost objava o predmetnoj posebnoj prezentaciji je 101.400,00 kuna.



#### **2.3.3. Studijska putovanja novinara**

Iako u 2020. godini radi pandemije nije realizirano niti jedno studijsko putovanje novinara suradnjom s HTZ-om, realizirane su tri uspješne medijske suradnje.

Studijsko putovanje novinara magazina „Like putovanja“ i blogera Domagoja Severa. Magazin Like objavio je reportažu na 8 stranica ukupne komercijalne vrijednosti 162.055,90 kuna. Reportaža je objavljena i na stranicama [www.putpis.hr](http://www.putpis.hr) i [www.domagojsever.com](http://www.domagojsever.com)



## IZLET NA ISTOK



Obišli smo najistočniju hrvatsku županiju, upoznali prekrasne Vukovar, Vinkovce i Ilok, oduševili se manjim mjestacima u okolici i zaljubili se u ovaj plodan vinski kraj bogate povijesti, tradicije i kulturne baštine, a ponajviše - u domaćine ogromnog srca

*tekst: Lana Mindačević // fotografije: Danijel Soldo/Hanza Media*

Zašto je tako puno slavonskih pjesama tužne? Zašto se u njima više plače, pati i čežnje nego što se slavi kulen, vino, ravnanje i Srijemci?

Bavim se tim o tome dok se uz cestu kojom prolazimo otvaraju panorame nepreglednih vinograda pred Ilokom drugi slavonski letak na krajnjem istoku Hrvatske.

„Ovdje vrijeme kao da stoji, kao da sve duže traje...“ Dobro je to primijetio Kiko Šlabinač, pozivajući Slavoniju da se imati, ne mama sušidana izlaska u Vinkovce, Vukovar i Ilok, sa svim manjim okolnim mjestima, imanjima i salašima, protejela u trenu. Ovdje je sve sporije, osim kad si turist, tada ti uvijek nedostaje onaj još jedan tren, sat, dan, da vidiš još nešto, nazdraviš još jednom šljivom, uzmeš još kriška kulena, onako rukama, nadajući se da ti nitko ne bregli...

Prča o Slavoniji i Srijemu neminovno je prča o ljudima. Takva srdačnost ne erće se često, i kad jednom ispare zadnja sjećanja na dobru šljivu, kobasiku i šiš, ostaje ču zapamćen osmijeh maše koji ih je poslužila.

A prvi osmijeh koji nas je dočekao nakon silaska sa autoceste bio je upravo onaj poznate maše Marice, čije se imanje u Graditlu zove Stanišić kućari i prvi je mali muzej tradicionalnog života u Slavoniji i Srijemu.

Marica Jovanović i njezina kći Zeljka tradicionalna su slavonska kućica s blagim dječjim, jednim od najstarijih u selu, uređile i otvorile gostima koji žele osjetiti život kakav je nekad bio. Dverite je prepuno cvijeća, trava je uređeno pokosjena, na trjenu svoje konicice, a gospođa Marica u tradicionalnoj nošnji priča o vremenima kad su se saše nakon udaje s mužem spavale u stražnjim prostorijama kuće, kućarima po kojima je imanje dobilo ime, sve dok ne bi stiglo prvo dijete. Nisu im ložili vatru, govorili kroz stube, pa problema s nastalim nje bilo.

Srca kuća u kojoj stojimo izgrađena je prije 150 godina od ilovača i obnovljena je tako da se zadržala njezina autentičnost. U prednjoj sobi, koja gleda na ulicu, Marica je izložila obiteljsko blago - ikolčki stan, nošnje, fotografije, dokumente, stare od nekoliko desetljeća do više od stotina godina. Ako je suditi po obitelji Jovanović, tradicija će ostati - Marica nam s ponosom priča kako tradicijsko otkrivanje tikvica, izradu zlatoveza, ples u folkloru, s ljubavlju uči i vježbaju i njezine unuke.

Marica namli i onajstaj na svoim imanju u jednoj od soba s najstarijem starim od go do čak 100 godina, s ukulacnim bogatim doručkom. A na stolu, naravno, sve domaće slatkana mirisani i meka ko daska, kobasica i kulen, sirevi, povrće... Iz Graditla nitko ne odlazi gladan. A sumnjamo da će otici i bez odlikane tikvice - maše Marica oslikava ih ručno i svaka je unikat u koji unosi dio sebe.

Slijedeći je osmijeh koji nas dočekuje u Bošnjacima onaj Darka Jurbašića, koji nam otvara vrata svog imanja Matkova pecina, carstvo pravih domaćih rakija. Naše se tradicionalna, u velikim kazama, ovdje se peče šljiva, dunja, rađe liker i od oraha, višnje, dunje... Usjednu ljutu, a pomno uređenoj kuhinji u kojoj se ulazi sa širokog izlaska. Darko nam priča o stoljetnoj tradiciji osvaga kraja i pokolajima da se ona približi ljudima, domaćim turistima, a zatim i stranim, koji sve više traže autentičnu iskusnost i turizam bez napučenih kuća.

A još jedna takav autentičan prostor dočekao nas je u lovačkom domu Kunjevci, udaljenom tek četiri kilometra

Blogger Domagoj Sever realizirao je kampanju za „Podravku“ na području Vukovarsko – srijemske županije. Iz ove kampanje dobili smo na korištenje foto i video materijal, a dodatne reportaže su objavljene na spomenutim stranicama i na iznimno praćenim društvenim mrežama.

U suradnji s Rene Bakalovićem realizirano je snimanje ukupno 6 priloga za magazin Klub 7 koji se emitira na HRT 1. Snimljeni su i na HTV-u emitirani prilozi sa slijedećih lokacija: Izletišta Gondola, Sotin; restoran Lu, Vinkovci; hotel „Lola“, Vukovar, kustos Gradskog muzeja Vukovar Zoran Šimunović, Vinarija Trs, Ilok i hotel „Dunav“, Ilok.

Ukupno rashodi za distribucija i prodaja vrijednosti: 160.146,98.

### 2.4. Interni marketing

TZ VSŽ u suradnji s TZ grada Vinkovaca i TZ općine Nijemci organizirala je foto edukaciju prema programu Foto Hrvatska. Kvalitetne fotografije s pravom korištenja su ključni alat u promotivnim aktivnostima. Osim dobivenog foto materijala, značajna je i promocija destinacija unutar županije za lokalne dionike. Svi radovi bili su izloženi u Galeriji Slavko Kopač u Vinkovcima.

Početkom 2020. godine održali smo konferenciju za medije na kojoj smo izvijestili o svim realiziranim aktivnostima, ali i LTZ uručili oznake za Turističke urede u skladu sa zajedničkim vizualnim identitetom.

TZ VSŽ sudjeluje u Savjetu projekta „Okusi“ kojega je predsjednica direktorica TZ VSŽ. Savjet dogovara zajedničke aktivnosti svih uključenih RTZ, a jedan sastanak savjeta održan je u Iloku.

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

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

Održano je dvije koordinacije sustava TZ na području VSŽ. U 2020. godini stupio je na snagu novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kojemu su se prvo prilagođavale LTZ. Donesena je nova Metodologija planiranja i izvješćivanja u sustavu TZ prema kojoj je planirana 2021. godina. 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**

Regionalne TZ klastera Slavonija potpisale su u 2020. godini Sporazum o projektnom udruživanju koji je nastavak Sporazuma potpisanog u 2018. godini. Sporazum je prihvaćen od strane Turističkih vijeća svih RTZ te prihvaćen od strane Ministarstva turizma i sporta. TZ VSŽ koordinator je klastera Slavonija. Tijekom 2020. godine održano je pet koordinacija klastera Slavonija. Aktivnosti klastera navedene su pod pojedinim programskim izvještajnim dijelovima, a operativna komunikacija, realizacija i izvještavanje je na TZ VSŽ kao koordinatoru.

TZ VSŽ sudjeluje u Savjetu projekta „Okusi“ kojega je predsjednica direktorica TZ VSŽ. Savjet dogovara zajedničke aktivnosti svih uključenih RTZ. Jedan sastanak savjeta održan je u Iloku, a jedna u Zagrebačkoj županiji.

#### **2.4.3. Nagrade i priznanja**

U 2020. godini nisu realizirani projekti nagrađivanja.

Ukupno rashodi za interni marketing: 83.855,54.

### ***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 2020. godine nabavljali smo foto materijal potreban za promociju.

Ukupno rashodi za marketinšku infrastrukturu: 5.300,00.

## **3. 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. Svi uposlenici su 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, sukladno preporuci Ministarstva turizma i sporta, uglavnom on line.

Državna revizija obavila je nadzor nad poslovanjem TZ VSŽ u 2019. godini i izrazila bezuvjetno mišljenje.

Ukupni rashodi za administrativni marketing: 583.011,47.

## • PRILOZI

### PODACI O TURISTIČKOM PROMETU ZA 2020. GODINU

Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>33.784</b>	<b>64.255</b>	<b>100</b>	<b>84.160</b>	<b>146.776</b>	<b>100</b>	<b>40,14</b>	<b>43,78</b>
Domaći turisti	28.691	49.370	76,83	67.474	110.945	75,59	42,52	44,50
Strani turisti	5.093	14.885	23,17	16.686	35.831	24,41	30,52	41,54

Ostvareni dolasci i noćenja po mjesecima u 2020:

	Siječanj	Veljača	Ožujak	Travanj	Svibanj	Lipanj	Srpanj	Kolovoz	Rujan	Listopad	Studenj	Prosinac
<b>Dolasci</b>	5.910	<b>6.965</b>	3.222	206	891	2.384	2.157	2.766	2.913	2.418	2.615	1.337
<b>Noćenja</b>	8.271	<b>10.258</b>	5.989	1.375	2.145	4.857	5.265	5.925	6.692	5.422	5.103	2.953

Noćenja su ostvarena u ukupno 174 smještajna objekta i 2516 ležaja.

Najposjećeniji mjeseci su veljača, potom siječanj i rujan.

Najzastupljenije dobne skupine su 35 – 44, potom 45 – 54 i 25 – 34 godina.

U ukupnom broju dolazaka, njih 89,55 % realizirano je individualno, a 10,45% agencijski.

## • Podaci po turističkim zajednicama u 2020. godini:

Lokalna turistička zajednica: **Vukovar (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>15.808</b>	<b>24.058</b>	<b>100</b>	<b>45.756</b>	<b>72.898</b>	<b>100</b>	<b>34,55</b>	<b>33,00</b>
Domaći turisti	14.785	20.916	86,94	41.013	61.538	84,42	36,05	33,99
Strani turisti	1.023	3.142	13,06	4.743	11.360	15,58	21,57	27,66

• **Podaci po turističkim zajednicama u 2020. godini:**

Lokalna turistička zajednica: **Vukovar (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja

Lokalna turistička zajednica: **Vinkovci (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja

**Ukupno** **11.865** **26.599** **100** **26.554** **52.332** **100** **44,68** **50,83**

Domaći turisti 9.433 18.694 70,28 18.612 35.062 67,00 50,68 53,32

Strani turisti 2.432 7.905 29,72 7.942 17.270 33,00 30,62 45,77

Lokalna turistička zajednica: **Ilok (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020/ 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja

**Ukupno** **2.790** **4.170** **100** **6.309** **9.148** **100** **44,22** **45,58**

Domaći turisti 2.487 3.652 87,58 4.736 6.806 74,40 52,51 53,66

Strani turisti 303 518 12,42 1.573 2.342 25,60 19,26 22,12

Lokalna turistička zajednica: **Županja (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja

**Ukupno** **1.925** **4.997** **100** **2.945** **5.971** **100** **65,37** **83,69**

Domaći turisti 1.142 3.398 68,00 1.594 3.644 61,03 71,64 93,25

Strani turisti 783 1.599 32,00 1.351 2.327 38,97 57,96 68,72

Lokalna turistička zajednica: **Nijemci (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja

**Ukupno** **307** **680** **100** **182** **348** **100** **168,68** **195,40**

Domaći turisti 179 448 65,88 29 56 16,09 617,24 800,00

Strani turisti 128 232 34,12 153 292 83,91 83,66 79,45

**Broj turističkih dolazaka/noćenja za Vukovarsko – srijemsku županiju**

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
<b>2017.</b>	<b>93.034</b>	<b>151.419</b>
2018.	85.006	148.112
2019.	84.160	146.776
2020.	33.784	64.255

**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
<b>2018.</b>	<b>47.503</b>	<b>73.506</b>
2019.	45.756	72.898
2020.	15.808	24.058

**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
<b>2017.</b>	<b>27.492</b>	<b>56.508</b>
2018.	26.605	53.889
2019.	26.554	52.332
2020.	11.865	26.599

**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
<b>2017.</b>	<b>6007</b>	<b>8251</b>
2018.	5.960	8.278
2019.	6.309	9.148
2020.	2.790	4.170

**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
<b>2018.</b>	<b>2.804</b>	<b>7.043</b>
2019.	2.945	5.971
2020.	1.925	4.997

**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
<b>2017.</b>	<b>8409</b>	<b>8906</b>
2018.	165	310
2019.	182	348
2020.	307	680

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

	Ukupni broj noćenja u VSŽ iz zemlje	Vukovar/ %	Vinkovci/ %	Ilok/ %	Županja/ %	Nijemci/ %
<b>Njemačka</b>	2.538 17%	395 16 %	1.392 55 %	192 8%	365 14%	41 2 %
<b>Srbija</b>	2.265 15%	432 19%	1.148 51%	45 2%	387 17%	36 2 %

<b>Bosna i Hercegovina</b>	1.806 12 %	401 22%	444 25 %	57 3 %	282 16%	1 0,05 %
<b>Slovenija</b>	1.001 7%	98 10 %	818 82 %	34 3 %	13 1%	8 0,8%

**Od ukupnog broja svih noćenja ostvarenih u 2020. godini koji iznosi 64 255, njih 26 599 odnosno 41,40 % realizirano je u Vinkovcima**

680 odnosno 1,06 % u Nijemcima  
24 058 odnosno 37,44 % u Vukovaru  
4 170 odnosno 6,49 % u Iloku  
4 997 odnosno 7,78 % u Županji

**Od ukupnog broja stranih noćenja ostvarenih u 2020. godini koji iznosi 14 885, njih 7 905 odnosno 53,11 % realizirano je u Vinkovcima**

232 odnosno 1,56 % u Nijemcima  
3 142 odnosno 21,11 % u Vukovaru  
518 odnosno 3,48 % u Iloku  
1 599 odnosno 10,74 % u Županji

**Od ukupnog broja domaćih noćenja ostvarenih u 2020. godini koji iznosi 49.370 , njih**

18 694 odnosno 37,87 % realizirano je u Vinkovcima  
448 odnosno 0,91 % u Nijemcima  
**20 916 odnosno 42,37 % u Vukovaru**  
3 652 odnosno 7,40 % u Iloku  
3 398 odnosno 6,88 % u Županji

- Tržišta s preko 1000 noćenja, kretanja 2018. – 2020.**

	Ukupni broj noćenja u VSŽ iz zemlje – 2018.	Ukupni broj noćenja u VSŽ iz zemlje – 2019.	Ukupni broj noćenja u VSŽ iz zemlje- 2020.
<b>Njemačka</b>	4 609	4 819	2 538
<b>Srbija</b>	2 262	2 970	2 265
<b>Bosna i Hercegovina</b>	3 231	4 681	1 806
<b>Slovenija</b>	2 623	3 497	1 001

- Podaci po turističkim zajednicama u 2020. godini: Sudionici školskih paket aranžmana odobrenih od strane školske ustanove**

Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**  
Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
zemlja	dolasci	% noćenja	% noćenja	dolasci	% noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>10.054</b>	<b>11.049</b>	<b>100</b>	<b>31.264</b>	<b>42.501</b>	<b>100</b>	<b>32,16</b>	<b>26,00</b>
Domaći turisti	10.051	11.046	99,97	30.855	41.836	98,44	32,57	26,40
Strani turisti	3	3	0,03	409	665	1,56	0,73	0,45

Lokalna turistička zajednica: **Vukovar (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>9.645</b>	<b>10.590</b>	<b>100</b>	<b>29.174</b>	<b>38.283</b>	<b>100</b>	<b>33,06</b>	<b>27,66</b>
Domaći turisti	9.642	10.587	99,97	28.852	37.852	98,87	33,42	27,97
Strani turisti	3	3	0,03	322	431	1,13	0,93	0,70

Lokalna turistička zajednica: **Vinkovci (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2020			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2020 / 2019	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>409</b>	<b>459</b>	<b>100</b>	<b>2.056</b>	<b>4.184</b>	<b>100</b>	<b>19,89</b>	<b>10,97</b>
Domaći turisti	409	459	100,00	1.969	3.950	94,41	20,77	11,62
Strani turisti	0	0	0,00	87	234	5,59	0,00	0,00

Lokalna turistička zajednica: **Ilok (Vukovarsko-srijemska) – nema odabranog prometa**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

Lokalna turistička zajednica: **Županja (Vukovarsko-srijemska) – nema odabranog prometa**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

Lokalna turistička zajednica: **Nijemci (Vukovarsko-srijemska) – nema odabranog prometa**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

	Dolasci 2020	Noćenja 2020	Indeks dolasci	Dolasci 2019	Noćenja 2019	Indeks noćenja
<b>Ukupno VSŽ (domaći i strani)</b>	33.784	64.255	40,14	84.160	146.776	43,77
<b>Školske ekskurzije</b>	10.054	11.049	32,15	31.264	42.501	26,00
<b>Ostala noćenja</b>	23.730	53.206	44,86	52.896	104.275	<b>51,02</b>

Kategorija plaćanja BP Kategorija plaćanja BP	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj turista	Prosječna popunjenost po krevetima
Djeca: do 12 godina	948	422	422	0,10%
Djeca od navršениh 12 – 18 godina	1.365	609	612	0,15%
Osobe do 29 godina: članovi međunarodne omladinske organizacije	0	0	0	0,00%

Osobe koje koriste uslugu noćenja u stanu ili kući stanovnika grada ili općine	499	14	14	0,05%
Osobe koje koriste uslugu noćenja u svom mjestu prebivališta	640	259	256	0,07%
Osobe sa tjelesnim invaliditetom 70% i više	40	8	8	0,00%
Pratitelj osobe sa tjelesnim invaliditetom 70% i više	0	0	0	0,00%
Prijatelji i ostale osobe vlasnika kuće ili stana za odmor	0	0	0	0,00%
Sudionici školskih paket aranžmana odobrenih od strane školske ustanove	11.049	10.054	10.054	1,20%
Turist koji boravi u ugostiteljskom objektu	43.431	21.357	21.448	4,72%
Turist koji koristi usluge chartera				
Vlasnici kuće za odmor i članovi njegove obitelji	56	1	1	0,01%
<b>Ukupno:</b>	<b>58.028</b>	<b>32.724</b>	<b>32.815</b>	<b>6,31%</b>

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Rebalans 2 2020.	Izvršenje 31.12.2020.	index izvršenja/rebalans	Struktura izvršenja 2020.
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	60.000,00	67.457,73	112,43	4,79
2.	Prihodi od turističke članarine	233.000,00	246.673,37	105,87	17,50
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	467.800,00	437.769,90	93,58	31,06
3.1.	za programske aktivnosti	47.800,00	47.769,90	99,94	3,39
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	420.000,00	390.000,00	92,86	27,67
4.	Projektne uplate, EU projekti	112.990,30	112.990,30	100,00	8,02
4.1.	ViCTour - predfinanciranje, povrat				0,00
4.2.	Vrata spačvanskog bazena	112.990,30	112.990,30	100,00	8,02
	predfinanciranje aktivnosti	79.221,94	79.221,94	100,00	5,62
	Sufinanciranje rada djelatnika ureda	33.768,36	33.768,36	100,00	2,40
5.	Prihodi od drugih aktivnosti	352.721,61	352.722,22	100,00	25,02
5.1.	Prihodi od transfera HTZ-a	352.720,31	352.720,31	100,00	25,02
5.1.1.	Sufinanciranje sajmov	0,00			
5.1.2.	sufinanciranje prezentacija	0,00			
5.1.3.	promotivne kampanje	50.680,58	50.680,58	100,00	3,60
5.1.4.	TZN	0,00			
5.1.5.	Sufinanciranje manifestacija - Javni poziv	0,00			
5.1.6.	Fond za poravnanje	187.788,27	187.788,27	100,00	13,32
5.1.7.	Dug HTZ za 2019. godinu	114.251,46	114.251,46	100,00	8,11
5.2.	Prihodi od kamata	1,30	1,91	146,92	0,00
6.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	35.598,91		0,00	0,00
7.	Ostali nespomenuti prihodi	120.000,00	124.397,65	103,66	8,83
7.1.	Sufinanciranje TZŽ	120.000,00	124.397,65	103,66	8,83
7.2.	Sufinanciranje LTZ	0,00			
8.	Povrat EU sredstava, projekt ViCTour	67.516,51	67.516,51	100,00	4,79
	povrat za 5. i 6. period	67.516,51	67.516,51	100,00	4,79
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>1.449.627,33</b>	<b>1.409.527,68</b>	<b>97,23</b>	<b>100,00</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA				
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	570.000,00	583.011,47	102,28	47,80
1.1.	Rashodi za radnike	425.000,00	425.483,72	100,11	34,88
1.2.	Rashodi ureda	70.000,00	81.638,80	116,63	6,69
1.3.	Informatička i uredska oprema	75.000,00	75.888,95	101,19	6,22
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	228.919,68	146.069,26	63,81	11,98
2.1.	Potpore događanjima	13.500,00	4.992,98	36,99	0,41
2.1.1.	sufinanciranje manifestacija, Javni poziv HTZ	0,00			0,00
2.1.2.	sufinanciranje manifestacija vanjskih organizatora	4.000,00	3.689,98	92,25	0,30
2.1.3.	Tjedan otvorenih vrata, Okusi Srijema i Slavonije	10.000,00	1.303,00	13,03	0,11
2.1.4.	Turistički forum				0,00
2.2.	Organizacija i upravljanje destinacijom i potpora razvoju DMO i DMK	215.419,68	141.076,28	65,49	11,57
2.2.1.	potpora razvoju DMO i DMK	0,00			0,00

2.2.2.	Projekti iz programa za nerazvijene	0,00			
2.2.3.	Projekti financirani iz EU fondova	215.419,68	141.076,28	65,49	11,57
2.2.3.1.	VICtour	132.419,68	58.227,30	43,97	4,77
	Victor, povrat sredstava predfinanciranja VSŽ, 5. period	132.419,68	58.227,30	43,97	4,77
	Ostali EU projekti				0,00
2.2.3.2.	Vrata Spačvanskog bazena	83.000,00	82.848,98	99,82	6,79
2.2.3.2.1.	Aktivnosti	83.000,00	82.848,98	99,82	6,79
3.	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>247.521,41</b>	<b>237.825,97</b>	<b>96,08</b>	<b>19,50</b>
3.1.	Online komunikacije	25.000,00	24.455,20	97,82	2,00
3.1.1.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	25.000,00	24.455,20	97,82	2,00
3.2.	Offline komunikacije	170.000,00	167.183,01	98,34	13,71
3.2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, online i offline	165.000,00	162.533,01	98,50	13,33
3.2.2.	Opće oglašavanje	5.000,00	4.650,00	93,00	0,38
3.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	25.000,00	19.127,00	76,51	1,57
3.4.	Suvenir i promo materijali	27.521,41	27.060,76	98,33	2,22
3.5.	Turistička (smeđa) signalizacija	0,00			0,00
4.	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>161.000,00</b>	<b>160.146,98</b>	<b>99,47</b>	<b>13,13</b>
4.1.	Sajmovi	51.000,00	50.739,98	99,49	4,16
4.2.	Studijska putovanja novinara	10.000,00	9.569,50	95,70	0,78
4.3.	Posebne prezentacije/poslovne radionice	100.000,00	99.837,50	99,84	8,19
4.4.	Ostale prezentacije	0,00			0,00
5.	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>89.000,00</b>	<b>83.855,54</b>	<b>94,22</b>	<b>6,87</b>
5.1.	Edukacija	30.000,00	26.760,80	89,20	2,19
5.2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije, turistički klaster	55.000,00	53.939,17	98,07	4,42
5.3.	Nagrade i priznanja u projektima	4.000,00	3.155,57	78,89	0,26
6.	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>8.186,24</b>	<b>5.300,00</b>	<b>64,74</b>	<b>0,43</b>
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	0,00			0,00
6.2.	Istraživanje tržišta	0,00			0,00
6.3.	Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama	0,00			
6.4.	Banka fotografija / filmskih snimaka i priprema u izdavaštvu	8.186,24	5.300,00	64,74	0,43
6.5.	Jedinstveni turistički informacijski sustav	0,00			
7.	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>0,00</b>			
7.1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	0,00			
8.	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>	<b>5.000,00</b>	<b>3.513,00</b>	<b>70,26</b>	<b>0,29</b>
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>1.309.627,33</b>	<b>1.219.722,22</b>	<b>93,14</b>	<b>100,00</b>
	<b>PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)</b>	<b>140.000,00 kn</b>		<b>0,00</b>	

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2019.	Plan 2020.
1	2	3	7
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	100.000,00	60.000,00
2.	Prihodi od turističke članarine	208.000,00	233.000,00
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	776.848,04	467.800,00
3.1.	za programske aktivnosti	236.000,00	47.800,00
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	420.000,00	420.000,00
3.3.	ViCTour - predfinanciranje	105.176,57	
3.4.	Vrata spačvanskog bazena	15.671,47	
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	1.112.186,71	465.711,91
4.1.	Prihodi od transfera HTZ-a	1.112.185,21	352.720,31
4.1.1.	Sufinanciranje sajmov	74.085,21	0
4.1.2.	sufinanciranje prezentacija	125.000,00	
4.1.3.	promotivne kampanje	492.000,00	50.680,58
4.1.4.	TZN	138.600,00	
4.1.5.	Sufinanciranje manifestacije	122.500,00	
4.1.6.	Fond za poravnanje		187.788,27
4.1.7.	Ostala sufinanciranja	160.000,00	
4.1.8.	Dug od HTZ za 2019. godinu		114.251,46
4.2.	Prihodi od kamata	1,50	1,3
4.3.	Prihodi od kamata - Victour	0,00	
4.4.	Prihodi od pozitivnih tečajnih razlika	0,00	
4.5.	Vrata spačvanskog bazena		112.990,30
4.5.1.	predfinanciranje aktivnosti		79.221,94
4.5.2.	sufinanciranje rada djelatnika ureda		33.768,36
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)		35.598,91
6.	Ostali nespomenuti prihodi	90.416,53	120.000,00
6.1.	Sufinanciranje TZŽ	85.000,00	120.000,00
6.2.	Sufinanciranje LTZ	5.416,53	
7.	Povrat EU sredstava, projekt ViCTour	617.602,21	67.516,51
7.1.	Povrat za 3. period	617.602,21	
7.2.	povrat za 4. period		
7.3.	Povrat za 5. i 6. period		67.516,51
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.905.053,49</b>	<b>1.449.627,33</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA		
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	540.522,90	570.000,00
1.1.	Rashodi za radnike	470.522,90	425.000,00
1.2.	Rashodi ureda	70.000,00	70.000,00
1.3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice		
1.4.	Informatička i uredska oprema		75.000,00
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	421.785,03	229.419,68
2.1.	Potpore događanjima	134.200,00	14.000,00
2.1.1.	sufinanciranje manifestacija ostalim TZ-Javni poziv HTZ	122.500,00	

2.1.2.	sufinanciranje manifestacija vanjskih organizatora	4.200,00	4.000,00
2.1.3.	Tjedan otvorenih vrata	7.500,00	10.000,00
2.1.4.	Turistički forum		
2.2.	Organizacija i upravljanje destinacijom i potpora razvoju DMO i DMK	287.585,03	215.419,68
2.2.1.	Projekti iz programa za nerazvijene	174.800,00	0
2.2.1.1.	Primjena brenda	125.000,00	
2.2.1.2.	Projekt riječnih krstarenja	49.800,00	
2.2.2.	Projekti financirani iz fonodova EU	99.785,03	215.419,68
2.2.2.1.	VICtour	98.715,03	132.419,68
2.2.2.2.	ViCTour, povrat sredstava predfinanciranja VSŽ, 5 Period		132.419,68
2.2.2.3.	Ostali EU projekti	1.070,00	0
2.2.3.	potpora razvoju DMO i DMK	13.000,00	0
2.2.4.	Vrata spačvanskog bazena		83.000,00
2.2.4.1.	Aktivnosti		83.000,00
3.	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	787.500,00	247.521,41
3.1.	Online komunikacije	2.500,00	25.000,00
3.1.1.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	2.500,00	25.000,00
3.2.	Offline komunikacije	772.000,00	170.000,00
3.2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, online i offline	612.000,00	165.000,00
3.2.2.	Opće oglašavanje		5.000,00
3.2.3.	Oglašavanje manifestacija, potpora HTZ	160.000,00	
3.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	0,00	25.000,00
3.4.	Suveniri i promo materijali	13.000,00	27.521,41
3.5.	Turistička (smeđa) signalizacija	0,00	0
4.	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	390.455,85	161.000,00
4.1.	Sajmovi	173.355,85	51.000,00
4.2.	Studijska putovanja novinara	11.600,00	10.000,00
4.3.	Posebne prezentacije/poslovne radionice	190.000,00	100.000,00
4.4.	Ostale prezentacije	15.500,00	0
5.	<b>INTERNI MARKETING</b>	107.000,00	89.000,00
5.1.	Edukacija	23.000,00	30.000,00
5.2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije, turistički klaster	35.000,00	55.000,00
5.3.	Nagrade i priznanja u projektima	11.000,00	4.000,00
5.4.	DHT	38.000,00	
6.	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	3.500,00	8.186,24
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala		0
6.2.	Istraživanje tržišta		0
6.3.	Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama	3.500,00	0
6.4.	Banka fotografija / filmskih snimaka i priprema u izdavaštvu		8.186,24
6.5.	Jedinstveni turistički informacijski sustav		0
7.	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	0,00	0,00



7.1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena		0
8.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	654.289,71	5.000,00
8.1.	povrat HTZ za UO model 2	19.687,50	
8.2.	Povrat akontacije TZ VPŽ	17.000,00	
8.3.	Povrat ViCTour	617.602,21	
8.4.	Povrat HTZ za TZN iz 2018		
	RASHODI FUNKCIONALNI MARKETING	2.364.530,59	
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>2.905.053,49</b>	<b>1.310.127,33</b>
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)		140.000,00