



**Srijem i  
Slavonija**  
*Protkani zlatom*

TURISTIČKA ZAJEDNICA  
VUKOVARSKO-SRIJEMSKÉ ŽUPANIJE

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU  
GODIŠNJEG PROGRAMA RADA  
ZA 2021. godinu**

veljača, 2022.

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU GODIŠNJEG PROGRAMA RADA**  
**TURISTIČKE ZAJEDNICE VUKOVARSKO – SRIJEMSKJE ŽUPANIJE**  
**U 2021. godini**

**Sadržaj:**

**UVOD**

**1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

**2. RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA**

- 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda
- 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda
- 2.3. Podrška turističkoj industriji

**3. KOMUNIKACIJSKA I OGLAŠAVANJE**

- 3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture
- 3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda
- 3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR
- 3.4. Marketinške i poslovne suradnje
- 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije, poslovne radionice
- 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja
- 3.7. Kreiranje promotivnog materijala
- 3.8. Internetske stranice
- 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

**4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**

- 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije
- 4.2. Stručni skupovi i edukacije
- 4.3. Koordinacija i nadzor
- 4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

**5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**

**6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

**7. FONDOVI – posebne namjene**

## UVOD

Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije u 2021. godini realizirala je osnovne programske zadatke sukladno još jednoj pandemijskoj godini. Usvojene Izmjene i dopune Programa rada te su aktivnosti, dinamika prihoda te struktura rashoda prilagođeni uvjetima života i rada.

- **Financijsko ostvarenje**

**Ukupni prihodi** Turističke zajednice Vukovarsko – srijemske županije u 2021. godini iznose 2.306.813,89 kuna. U nastavku je razrada prihoda i rashoda sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

1. **Izvorni prihodi iznose:**

po osnovi turističke članarine 287.617,50 kuna

po osnovi turističke pristojbe 114.756,87 kuna.

Prihodi od kamata iznose 5,28 kuna.

2. **Prihodi iz županijskog proračuna** 420.000,00 kuna. Prihodi iz županijskog proračuna odnose se na sufinanciranje rada uposlenika Zajednice.

3. **Prihodi od sustava turističkih zajednica** ukupno iznose 1.015.140,05 i odnose se na:

prihodi za poravnanje u iznosu od 185.862,51 kuna.

prihodi po Uredbi za nerazvijene TZ u iznosu od 590.944,07

prihodi po Uredbi za udružene TZ u iznosu od 148.612,35. Prihodi za udružene TZ odnose se na sporazumno udružene RTZ klastera Slavonija te su uplaćeni na račun TZ VSŽ koja je koordinator klastera temeljem Sporazuma (Sporazum usvojen od strane TV TZ VSŽ i objavljen na [www.mints.hr](http://www.mints.hr)).

Prihodi na poziciji 3. odnose se i na prihode od ostalih TZ u iznosu od 89.721,12 i odnose se na sufinanciranje zajedničkih aktivnosti TZ VSŽ s klasterom Slavonija te lokalnim TZ s područja Vukovarsko – srijemske županije. Razlika 3.3. planirane stavke i izvršenja nastala je radi kasnije uplate dijela odobrenih sredstava prema Ugovoru TZ VSŽ s HTZ-om za realizaciju projekta promocije riječnog turizma. Planirana su sva ugovorena sredstva, no prva uplata po zahtjevu, izvršena je u siječnju 2021., a ostatak anexom Ugovora odobren za realizaciju do kraj 2022. godine.

4. **Prihodi iz EU fondova** odnose se na dva EU projekta:

Rekonstrukcija zidina, zgrade Žitnice, Podrumareve kuće i franjevačkog samostana u Iloku u iznosu od 60.000 kuna. Navedeni iznos je predujam 20% ukupne vrijednosti sredstava koje ćemo ostvariti tijekom trajanja projekta. S obzirom na realiziranu aktivnost, planirano je i potraživanje za isto, a koje se nije ostvarilo u 2021. godini te je prihod ostao ispod ukupno planiranog po ovoj osnovi.

Projekt Vrata spačvanskog bazena je završen u 2021. godini. TZ VSŽ realizirala je sve planirane aktivnosti, a sredstva koja su ostala na projektu, po zahtjevu su odobrena TZ VSŽ za dodatne promotivne aktivnosti te su u cijelosti utrošena.

5. **Preneseni prihodi** iz 2020. godine iznose 164.949,73 kune.

TZ VSŽ je u 2021. godini najveći prihod ostvarila po osnovi prihoda od sustava turističkih zajednica s udjelom od 44,01%. Slijedi prihod iz županijskog proračuna s udjelom od 18,21% te izvorni prihodi s udjelom od 17,44%. Prihodi od EU fondova iznose 13,19% ukupnih prihoda TZ VSŽ u 2021. godini.

Prema podacima Porezne uprave dugovanje turističke članarine za TZ VSŽ iznosi: 64.139,48. Prema podacima sustava e visitor dugovanje turističke pristojbe na kraju 2021. godine iznosi: 20.760,81 kuna.

**Ukupni rashodi** TZ VSŽ u 2021. godini iznose 2.077.073,41 kuna.

Rashodi se odnose na:

1. Istraživanje i strateško planiranje: 65.100,82
2. Razvoj turističkog proizvoda: 221.330,63
3. Komunikacija i oglašavanja: 895.696,40
4. Destinacijski menadžment: 341.014,28
5. Članstvo u strukovnim organizacijama: 3.250,80
6. Administrativni poslovi: 542.437,15
7. Rezerva: 8.243,33

Udio troškova za plaće uposlenika iznosi 21,92% ukupnih rashoda TZ VSŽ u 2021. godini. Najveći udio u rashodima TZ VSŽ odnosi se na komunikaciju i oglašavanje s udjelom od 43,12%. Administrativni poslovi iznose ukupno 26,12% ukupnih rashoda TZ VSŽ. Destinacijski menadžment iznosi 16,42% svih troškova. Na poziciji Destinacijskog menadžmenta evidentirani su rashodi po EU projektima koji imaju najznačajniji udio u stavci 4. Napominjemo da se svi troškovi koji nastaju za realizaciju aktivnosti temeljem EU projekata evidentiraju na jednoj poziciji, bez obzira na koju vrstu aktivnosti je riječ. Time su svi prihodi i rashodi ostvareni i nastali za realizaciju aktivnosti iz EU projekta objedinjeni. Razvoj turističkog proizvoda predstavlja udio od 10,66% rashoda TZ VSŽ.

**Napomena:** radi promjene metodologije planiranja i izvješćivanja u sustavu TZ, nije moguće iskazati usporedne prihode i rashode za 2020. i 2021. godinu.

**Razlika ostvarenih prihoda i rashoda iznosi +229.740,48 kuna.**

- **Turistički promet**

Na području Vukovarsko – srijemske županije ostvareno je u 2021. godini 92 522 noćenja. Ukupan broj ležaja na području Vukovarsko – srijemske županije u 2021. godini iznosi 2661 što predstavlja povećanje od 145 ležaja u odnosu na 2020. godinu, odnosno 5,76%.

Broj smještajnih objekata na području Vukovarsko – srijemske županije je 190, što je 16 više u odnosu na 2020. godinu, odnosno za 9,19%.

Najveći udio u smještaju odnosi se na kategoriju hostela, 31,15% i ukupno 829 ležaja. Slijede hoteli s udjelom od 20,18% i 537 ležaja. Od ostalih smještajnih kategorija, slijedi udio akademis s 8,53% te sobe za iznajmljivanje s udjelom od 6,88%. Udio u smještajnim kapacitetima po gradovima je slijedeći: Vukovar 38,73%, Vinkovci 38,73, Ilok 6,84, Županja 3,73, Nijemci 1,54, Bošnjaci 1,28, Nuštar 1,13 i Tordinci 1,01. Ostale općine na kojima bilježimo smještajne kapacitete imaju udjele manje od 1%.

Detaljna statistika smještaja nalazi se u prilogima Izvješću o izvršenju.

U prilogima ovog Izvješća o izvršenju Programa rada nalaze se i detaljni podaci o dolascima i noćenjima, za područje županije te po lokalnim TZ. Podatke o dolascima i noćenjima treba prije svega promatrati kroz dva faktora koji na njih izravno utječu, a nažalost, niti jedan nije izravno vezan uz turistički sektor. Prvi je pandemija, a drugi specifičnost strukture ostvarenih noćenja na području Vukovarsko – srijemske županije, a koja se odnosi na visoki udio djece, sudionika školskih paket aranžmana, a koji u našu županije dolaze putem programa posjete Vukovaru. Ranijih godina, ovaj podatak bio je i turistički podatak jer su se odredišta za školske ekskurzije birala, no početkom realizacije programa obvezne posjete Vukovaru, ovaj dio posjetitelja ne možemo promatrati kao turistički motivirane niti na njih utjecati. Iz navedenih razloga, u podatke o turističkom prometu uvrstili smo i podatak usporedbe 2021. s 2019. godinom, ali bez sudionika školskih ekskurzija jer se program nije obnovio, kao ni školske

ekskurzije u glavnini, ni u 2021. godini. Polazeći od navedenih okolnosti, možemo biti zadovoljni ostvarenih turističkim rezultatima. U drugoj pandemijskoj godini ostvarili smo povećanje od 43,99% u odnosu na prvu pandemijsku godinu, 2020., a u kojoj smo bilježili veliko povećanje ostvarenih noćenja u prva dva mjeseca. U 2021. godini „stigli“ smo taj rezultat i premašili ga za 43,99%. Uspoređujući ostvareni rezultat bez školskih ekscurzija, s 2019. godinom, ostvarili smo 88,16% prometa iz 2019. godine. Jedan od pokazatelja ovakvog kretanja su i prohodi ostvareni po osnovi turističke pristojbe, a koji su na razini prijedepandemijskih godina. Veliko povećanje ostvareno je samo u 2019. godini, ali po osnovi uplate dugovanja iz prethodnih godina. Kako su sudionici školskih ekscurzija i nadalje oslobođeni plaćanja turističke pristojbe u cijelosti, prihodi TZ VSŽ po ovoj osnovi nisu smanjeni u 2021. godini. Veliko povećanje u dijelu ostvarenih stranih noćenja odnosi se dijelom na inozemne radnike, u glavnini s poljskog tržišta. Ipak, uspoređujući ostvarena strana noćenja u 2021. s 2019. godinom, ostvarenje je na razini od 94% čime također možemo biti zadovoljni. U kontekstu svih poduzetih promotivnih aktivnosti Turističke zajednice Vukovarsko – srijemske županije, a koje su posljednje dvije godine usmjerene isključivo domaćem tržištu, zadovoljni možemo biti ostvarenim rezultatom upravo u dijelu noćenja domaćih posjetitelja. Aktivnosti su bile usmjerene na komunikaciju o ključnim atrakcijama, sadržajima i doživljajima koje destinacija nudi. Promotivne kampanje, PR aktivnosti, suradnja s ključnim dionicima u destinaciji i realizacija projekata na obogaćivanju sadržaja i podizanju razine kvalitete usluge, osnovne su aktivnosti i ostvareni rezultati Turističke zajednice Vukovarsko – srijemske županije u 2021. godini. Suradnja s ključnim dionicima realizirana je prvenstveno u smjeru nositelja ponude u destinaciji, lokalnih turističkih zajednica i regionalnih turističkih zajednica na razini klastera Slavonija. Sve aktivnosti realizirane su i ostvarene u navedenom okviru.

Dinamika turističkog prometa prati dosadašnje trendove, pa se najviše prometa ostvari u slijedećem redoslijedu po mjesecima: rujan, studeni, svibanj, listopad, lipanj, kolovoz, srpanj, travanj, prosinac, ožujak, veljača, siječanj.

Analizom dinamike ostvarenja turističkog prometa tijekom godine možemo zaključiti da su poduzete aktivnosti sukladno Programu rada za 2021. 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, projekt Vrata spačvanskog bazena dovršen u svibnju 2021. godine i Iloka, projekt Rekonstrukcija zidina, zgrade Žitnice, Podrumareve kuće i franjevačkog samostana u Iloku, 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 2021**

	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>41.132</b>	<b>92.522</b>	<b>100</b>	<b>33.784</b>	<b>64.255</b>	<b>100</b>	<b>121,75</b>	<b>143,99</b>
Domaći turisti	31.173	59.455	64,26	28.691	49.370	76,83	108,65	120,43
Strani turisti	9.959	33.067	35,74	5.093	14.885	23,17	195,54	222,15

## Usporedno sa 2019.godinom bez školskih ekskurzija:

Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2021 / 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>40.676</b>	<b>91.932</b>	<b>100</b>	<b>52.896</b>	<b>104.275</b>	<b>100</b>	<b>76,90</b>	<b>88,16</b>
Domaći turisti	30.719	58.877	64,04	36.619	69.109	66,28	83,89	85,19
Strani turisti	9.957	33.055	35,96	16.277	35.166	33,72	61,17	94,00

Ostvareni dolasci i noćenja po mjesecima u 2021:

	Siječanj	Veljača	Ožujak	Travanj	Svibanj	Lipanj	Srpanj	Kolovoz	Rujan	Listopad	Studeni	Prosinac
<b>Dolasci</b>	1.132	<b>1.298</b>	2.228	2.610	3.491	3.579	3.580	4.257	<b>5.660</b>	5.012	5.327	2.958
<b>Noćenja</b>	2.840	<b>3.241</b>	4.894	6.917	10.271	9.014	7.568	8.751	<b>11.875</b>	10.087	11.007	6.057

## 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Realizirana je izrada dokumenta „**Analiza stanja sustava turističkih zajednica i mogućnosti unapređenja upravljanja destinacijom kroz udruživanja na području Vukovarsko-srijemske županije**“. „Cilj ovog dokumenta je, nakon detaljne analize stanja turizma na prostoru Vukovarsko-srijemske županije, predložiti optimalan sustav organizacije turističkih zajednica, odnosno, mogućnosti udruživanja turističkih zajednica i jedinica lokalne samouprave. Organizacija i aktivnosti koje se provode u funkciji su unapređenja upravljanja turizmom u destinaciji, kako bi se na najbolji način koristili financijski i ljudski resursi, iskoristile mogućnosti u razvoju turističkih proizvoda, provodila ciljana i učinkovita promocija te privlačila turistička potražnja.“, Institut za turizam, predmetni dokument, autori dr.sc. Snježana Boranić Živoder i dr. sc. Zoran Klarić, str. 6.

Dokument je izradio Institut za turizam i isti predstavlja stručnu podlogu za sve prijedloge formalnih udruživanja na području Vukovarsko – srijemske županije. U proces izrade dokumenta bile su uključene sve lokalne TZ te općine na čijem području postoji određeni turistički resurs u cilju izrade dokumenta s prijedlozima najbližim očekivanjima, ciljevima i planovima sustava TZ te jedinica lokalne samouprave. Dokument predstavlja stručnu podlogu kakav sustav turističkih zajednica treba osigurati u cilju ostvarenja razvoja destinacije. Turističko vijeće usvojilo je dokument na svojoj 3. sjednici te je objavljen na web stranicama TZ VSŽ.

Učinkovitosti promotivnih aktivnosti mjerili smo putem podataka dobivenih kao rezultat realizacije oglašavanja te dodatne dokumente nismo naručivali.

**Ukupno 1.: 65.100,82**

## 2. RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA

U cilju jačanja prepoznatljivosti turističkih sadržaja na području Vukovarsko – srijemske županije, realiziran je projekt **Standardizacija ključnih turističkih proizvoda Vukovarsko – srijemske županije: kulturni, vinski i boravak u prirodi**. Nakon provedene nabave,



odabrani izvršitelj, tvrtka Horwath HTL iz Zagreba, realizirala je predmetni dokument. U proces izrade Pravilnika uključeni su ključni dionici iz svakog područja te su održane radionice po fokus grupama, a naknadno prosljeđen i on line upitnik svim relevantnim dionicima. LTZ bile su pozvane iznijeti i svoj komentar na završnu verziju dokumenta. Napravljen je Pravilnik za standardizaciju kvalitete u tri ključna turistička proizvoda. Projekt je namijenjen nositeljima turističke ponude u destinaciji s ciljem održavanja razine kvalitete ponude i njezine bolje prepoznatljivosti na turističkom tržištu. Model provedbe projekta je ocjenjivanje, odnosno bodovanje, prijavljenih lokacija od strane LTZ ili samostalno. Bodovanje prema Pravilniku, isporučenom upravo u sklopu naručenog dokumenta, za svaki proizvod zasebno provodi Povjerenstvo. Temeljem ostvarenog minimalnog broja bodova ostvaruje se pravo na korištenje oznake kvalitete u određenom turističkom proizvodu. Oznaka će nositi nazive:

- **Kultura i nasljeđe** za proizvod kulturnog turizma
- **Priroda i aktivnost** za proizvod boravka u prirodi
- **Vinska priča** za proizvod vinskog turizma.

„Oznakom kvalitete, u smislu ovog projekta, smatra se certificiranje onih proizvoda i usluga koji u najvećoj mjeri ispunjavaju cilj promoviranja jedinstvenosti i kvalitete turističke ponude Vukovarsko – srijemske županije.“, Horwath HTL, predmetni dokument, str. 4.

Oznake će biti dizajnirane u skladu s vizualnim identitetom TZ VSŽ te nakon provedenog ocjenjivanja, dodijeljene pojedinim lokacijama.

Projektom nastavka standardizacije ključnih turističkih proizvoda županije, TZ VSŽ napravila je važan korak u nastavku jačanja prepoznatljivosti ključnih sadržaja destinacije, a što predstavlja vrijednost kako za destinaciju, tako i za same dionike u destinaciji. Također, projektom se značajno ističe i posljedično podržava upravo kvaliteta ponude kao temelja za daljnji rast turističkog prometa, ali i povećanje konkurentnosti dionika turističke ponude u destinaciji.

### **Tematske rute – povezivanje s okruženjem: biciklistička ruta Slavonije i planinarske rute oko kontrolne točke Skandala, Ilok**

**Planinarske rute okolice Iloka – vrh Skandala** – u suradnji s HPD „Cibalia“, označeno je 50 km planinarskih ruta u okolici Iloka, prema standardima označavanja planinarskih staza u RH. Realizacijom projekta na tržište je uvršten novi, održiv turistički sadržaj boravka u prirodi. Vrh Skandala kod Iloka nakon višegodišnjih napora HPD „Cibalia“ uvršten je u Hrvatski planinarski put što predstavlja iznimnu priliku za razvoj proizvoda boravka u prirodi. HPD Cibalia odabrala je još nekoliko ruta oko kontrolne točke Skandala, a TZ VSŽ ih dala označiti. Riječ je o rutama: Skandala kraća staza, Bapska – Principovac, Principovac – Liska, Lovka – Radoš i Slovačka kuća. Uz već postojeću rutu Skandala, označeno je ukupno 6 ruta. Svaka ruta na početku ima tablu s nazivom rute, opisom te logotipima i QR kodom za web stranice TZ VSŽ i HPD „Cibalia“.

Realiziran je prvi zajednički turistički proizvod svih 5 slavonskih županija – zajednička kružna biciklistička ruta kroz Slavoniju. Projekt je početak većeg zajedničkog projekta RTZ Slavonije - **Slavonia outdoor**. Ruta kroz Vukovarsko – srijemsku županiju vodi novim smjerovima, kroz Spačvansku šumu, južnim dijelom županije, koji do sada nisu bili dio mreže biciklističkih ruta. Realizacijom ovog zajedničkog projekta na tržište je uvršten još jedan, novi i atraktivan turistički sadržaj boravka u prirodi. Projekt je za sve županije realizirao poznati putopisac i biciklist, Hrvoje Jurić.

TZ VSŽ podržala je održavanje **3. Festivala traminca** u Iloku kojega je organizator Udruga WineOS u suradnji s Iločkim podrumima d.d. Riječ je o događanju koje na primjeren način

spaja vino i turizam u destinaciji gdje su vino i kultura (vina) odrednica turističke prepoznatljivosti. Festival traminca održao se u svibnju u Iloku, na Ladanjskom imanju Principovac i trajao je dva dana. Događanje je izvrsna pozivnica za sve ljubitelje traminca, a organizacijom događanja kao i prezentacijom vina, organizator održava kvalitetu u skladu s proizvodom kojega prezentira.

Podržali smo i izradu mamuta u Mohovu, a kao osnovu za razvoj sadržaja i atrakcija na području grada Iloka.

**Ukupno 2.: 221.330,63**

### ***3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE***

#### **Definiranje branding sustava i brend arhitekture**

#### **Jedinstveni logo riječnih pristaništa u Republici Hrvatskoj**

TZ VSŽ u ugovornoj obvezi s Hrvatskom turističkom zajednicom, nositelj je projekta aktivnosti promocije riječnog turizma u RH. U sklopu projekta, realizirana je prva aktivnost - izrada jedinstvenog vizualnog identiteta za sva riječna pristaništa u Hrvatskoj, na Dunavu, Dravi i Savi. TZ VSŽ koordinirala je sve ključne dionike – nadležne Lučke uprave Vukovar, Osijek, Slavonski Brod i Sisak i regionalne TZ putem osnovanog povjerenstva za provedbu projekta. Ukupna vrijednost projekta je 90.000,00 kuna iz sredstava HTZ-a. Nastavka projekta biti će u 2022. godini primjenom vizualnog identiteta na lokacijama samih pristaništa.

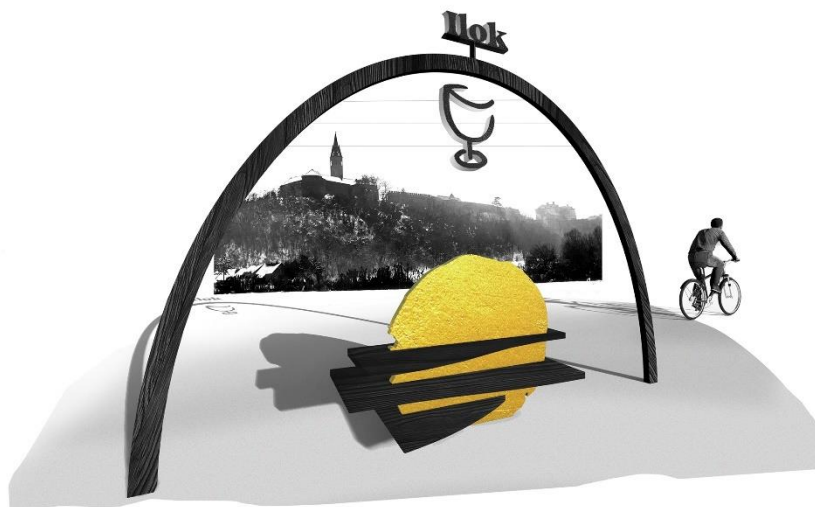


Riječna  
Pristaništa  
*Dunav*

#### **Foto točke, idejno rješenje i nacrt svih lokacija**

U cilju daljnje afirmacije i jačanja snage brenda Srijema i Slavonije te svih naših destinacija, nakon provedene nabave izrađeno je idejno rješenje i nacrti za postavljanje 6 točaka za fotografiranje na atraktivnim lokacijama na području županije, a koje su u skladu s vizualnim identitetom destinacije Srijem i Slavonija – Vukovarsko – srijemska županija, odnosno sa svakim pojedinim logotipom grada ili općine. Predviđeno je da foto točka bude u formi klupe, napravljena od drveta i osvijetljena led lampama. U nastavku donosimo nacrt jednog rješenja apliciranog u nacrtu na odabranu lokaciju.





## Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

U 2021. godini provodile su se kampanje oglašavanja u digitalnim i tiskanim medijima. Promotivne kampanje oglašavanjem realizirane su suradnjom s dvije promotivne agencije sa slijedećim media planom i rezultatima:

Digitalna kampanja u suradnji s promotivnom agencijom Star digital odvijala se u vremenu: proljeće – ljeto; ožujak – travanj i srpanj – kolovoz. Primarni cilj kampanje bio je promocija turističke ponude Vukovarsko – srijemske županije putem storytelling-a. Primarni fokus bio je na sadržajima aktivnog turizma, boravka u prirodi, enogastronomiji i autentičnim pričama. Predmetna kampanja bila je aktivna na pet relevantnih hrvatskih news i lifestyle medija: [vecernji.hr](http://vecernji.hr); [novilist.hr](http://novilist.hr); [punkufer.hr](http://punkufer.hr); [telegram.hrtportal.hr](http://telegram.hrtportal.hr) i [slobodnadalmacija.hr](http://slobodnadalmacija.hr). Osim promocije putem sadržaja (tekst i fotografije), u kampanji su korišteni native i display oglasi: Linker Native Network i Lifestyle&Travel Audience koji su se prikazali relevantnim korisnicima na web portalima. Članci u kampanji obogaćeni su fotografijama, a u tekstu su se određene riječi i fraze koristile kao link na službene stranice TZ VSŽ. Oglas na [telegram.hr](http://telegram.hr) objavljen je kao urednički sadržaj s fotografijama snimljenim na terenu za potrebe realizacije članka te objavljen pod naslovom „Strani turisti otkrivaju istok Hrvatske. Posjetili smo pet mjesta u Srijemu i napravili razglednice“. Članak je ostvario 16 490 čitanja s prosječnim vremenom zadržavanja 3:42 minute. Članak na Tportalu ostvario je najdulje vrijeme čitanja u trajanju od čak 6 minuta, a tekst je pročitano ukupno 8 941 puta. Tema ovog oglasa bila je „Pet priča iz Srijema i Slavonije inspiracija su za ljetno putovanje“. Članak na [slobodnadalmacija.hr](http://slobodnadalmacija.hr) pod naslovom „Sedam razloga za bijeg od vrućeg asfalta“ pročitano je više od 5 000 puta, a korisnici su na članku proveli prosječno 2,5 minuta. Isti članak na portalu [punkufer.hr](http://punkufer.hr) pročitano je više od 7000 puta s prosječnim vremenom zadržavanja od 1 minute. Članak na [novilist.hr](http://novilist.hr) pod naslovom „Srijem i Slavonija – odmor zlata vrijedan“ pročitano je 9 574 puta s prosječnim vremenom zadržavanja od 4 minute. Članak na [vecernji.hr](http://vecernji.hr) pod naslovom „Znate li kakvog je okusa sreća“ pročitano je 27 733 puta s prosječnim zadržavanjem nešto kraćim od minute. Od 27 733 čitanja, njih 12 841 bili su jedinstveni korisnici što znači da je svaki korisnik u prosjeku članak pregledao dva puta. Linker Native oglas prikazan je više od 5 milijuna puta

i to na jutarnji.hr, tportal, dnevnik.hr, zadovoljna.hr, punkufer.hr... i doveli su 6 000 korisnika na web stranicu TZ VSŽ.

Display baner činili su manji postotak kampanje, a komunicirali su dvije ključne poruke: „Odmor zlata vrijedan“ i „Slatko&slano u nijansama zlatne“. Obje poruke komunikacijski su povezane sa sloganom „Protkani zlatom“. Rezultati kampanje: promo članci zajedno su ostvarili 58 657 čitanja, a prosječno vrijeme zadržavanja bilo je 2:55 minuta. Native oglasi koji su vodili na web stranicu prikazani su 5.407.948 puta, a na web stranicu doveli su 6 000 posjetitelja. Display baneri prikazani su 258 514 puta i ostvarili su 283 klikova koji su vodili na web stranicu [www.visitvukovar-srijem.com](http://www.visitvukovar-srijem.com)



Website	From	Until	Website	Article Reads	Unique Visitors	Average Time on article
<b>Articles</b>						
Večernji.hr	30.03.2021.	20.04.2021.	Večernji.hr	27.733	12.841	0:00:53
NoviList.hr	30.03.2021.	20.04.2021.	NoviList.hr	9.574	8.318	0:04:00
PunKufer.hr	09.07.2021.	11.08.2021.	PunKufer.hr	7.055	5.400	0:00:58
Tportal.hr	09.07.2021.	11.08.2021.	Tportal.hr	8.941	7.826	0:06:17
SlobodnaDalmacija.hr	09.07.2021.	11.08.2021.	SlobodnaDalmacija.hr	5.354	4.753	0:02:28
Telegram.hr	27.09.2021.	10.10.2021.	Telegram.hr	16.490	16.026	0:03:42
			<b>Total</b>	<b>75.147</b>	<b>55.164</b>	<b>0:03:03</b>
<b>Display &amp; Native</b>				Impressions	Clicks	CTR
Linker Native Network	22.09.2020.	15.10.2020.	Jutarnji.hr, Tportal.hr, Dnevnik.hr, Zadovoljna.hr, PunKufer.hr, Gloria.hr...	5.407.948	6.000	0,11%
Lifestyle & Travel Audience	30.09.2020.	15.10.2020.	Tagreting: Lifestyle & Travel Audience	258.514	283	0,11%
			<b>Total</b>	<b>5.666.462</b>	<b>6.283</b>	<b>0,11%</b>

Google Analytics zabilježio je 7.084 posjeta na visitvukovar-srijem.com putem kanala koji su bili aktivni u kampanji., s prosječnim vremenom zadržavanja 1:43. Od toga je 6.535 sessiona došlo s kanala Linker, budući da je on bio fokusiran na dovodene traffica na web. Prosječno vrijeme zadržavanja korisnika koji su došli putem ovog kanala bilo je 34 sekunde. Preko promo članaka došlo je manje prometa, ali su vremena zadržavanja na webu značajno duža. Kada korisnik konzumira sadržaj na relevantnom mediju i tada dođe na promoviranu web stranicu, njegov interes je daleko veći pa i vrijeme zadržavanja.

Izvor podataka: službeni report kampanje, agencija s.t.a.r. digital.



Promotivna kampanja oglašavanja putem agencije 404 realizirana je na digitalnim i tiskanim medijima.

Rezultati on line kampanje su slijedeći:

MEDIJ	FORMAT	LINK	OTVARANJE CLANKA	ZADRŽAVANJE
RTL/net.hr	PR članak	<a href="https://net.hr/promo/raj-na-zemlji-pjescani-otoci-mir-tisina-stoljetni-hrastovi-i-ptice-a9d90534-b33e-11eb-8a50-0242ac120014">https://net.hr/promo/raj-na-zemlji-pjescani-otoci-mir-tisina-stoljetni-hrastovi-i-ptice-a9d90534-b33e-11eb-8a50-0242ac120014</a>	13408	1:56
Story.hr	Native 1	<a href="https://story.hr/Lifestyle/a160628/Otkrili-smo-savrsheno-mjesto-za-aktivan-odmor-na-kontinentu.html">https://story.hr/Lifestyle/a160628/Otkrili-smo-savrsheno-mjesto-za-aktivan-odmor-na-kontinentu.html</a>	10924	1:53
Story.hr	Native 2	<a href="https://story.hr/Lifestyle/a160684/Znam-o-koja-je-najbolja-obiteljska-destinacija-za-odmor-u-Hrvatskoj.html">https://story.hr/Lifestyle/a160684/Znam-o-koja-je-najbolja-obiteljska-destinacija-za-odmor-u-Hrvatskoj.html</a>	10767	1:18
Jutarnji.hr/ Dobra hrana.hr	PR članak	<a href="https://www.jutarnji.hr/promo/znete-linakvog-je-okusa-sreca-15072812">https://www.jutarnji.hr/promo/znete-linakvog-je-okusa-sreca-15072812</a>	4990	2:24
Journal.hr	PR članak	<a href="https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/srijem-i-slavonija-jesensko-putovanje-s-prijateljicama/">https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/srijem-i-slavonija-jesensko-putovanje-s-prijateljicama/</a>	4484	2:23
Tportal.hr	PR članak	<a href="https://www.tportal.hr/lifestyle/clanak/srijem-i-slavonija-magicna-ravnica-20210923">https://www.tportal.hr/lifestyle/clanak/srijem-i-slavonija-magicna-ravnica-20210923</a>	5235	5:33

Kada su u pitanju PR članci, portali ne daju garanciju otvaranja članka, ali generalno možemo reći da se 3000-5000 otvaranja smatra zadovoljavajućim rezultatom (ovisno o veličini i tipu portala). Svi PR članci ostavili su broj otvaranja u tom rangu pa možemo biti zadovoljni. Dapače, RTL/Net.hr PR članak je ostvario 13.408 otvaranja što je puno više od očekivanog. Što se tiče prosječnog zadržavanja na članku, svi rezultati su dobri jer prosjek pokriva vrijeme potrebno da se pročita članak. Najuspješniji po pitanju zadržavanja je PR članak na tportalu gdje je prosjek vrlo velikih 5 minuta i 33 sekunde.

Kada su u pitanju Native članci, portal uobičajeno garantira minimalni broj otvaranja članka. U slučaju Story.hr radi se o 10.000 otvaranja koji su i ostavreni. Prosječno zadržavanje je nešto niže nego kod PR članaka ali veći broj otvaranja obično i dovodi do toga da prosječno zadržavanje bude niže (možete vidjeti da i RTL PR članak ima više otvaranja ali također niže prosječno zadržavanje na članku). Drugi Story native ima najniže vrijeme zadržavanja ali i to vrijeme možemo smatrati zadovoljavajućim.

S obzirom da je cijeli Online dio plana ostvario dobre rezultate, možemo reći da je kampanja uspješna. Bez obzira što ovo nisu performance kanali i što ne možemo precizno kvantificirati uspješnost, smatramo da je ovo prikladan kanal za oglašavanje ponude županije jer jedino u formatu članka je moguće detaljno prezentirati bogatstvo ponude koja se nudi.

Izvor podataka: službeni report agencija 404.

Emisija „Najbolje iz Hrvatske“, N1 televizija - sustav TZ zajednički je realizirao snimanje dvije epizode o destinacijama s područja Vukovarsko – srijemske županije i to: Otočki virovi, Županja – čardak uz Savu, šetnica; Nijemci – vožnja brodom sv. Katarina; Ilok – vinarija Papak, Hotel Dunav, Iločki podrumi i Principovac; Vukovar – dvorac Eltz i muzej Vučedol (arhiva), Ada, Vrhunsko vukovarsko, Vodotoranj, Vukovart; Tordinci – Acin salaš; Vinkovci – šetnja gradom, Ivan Kozarac, Gradski muzej Vinkovci, hologram bana Josipa Šokčevića.

Serijal „Najbolje iz Hrvatske“ prikazuje se u terminima subotom premijerno te u reprizi nedjeljom u terminima svake subote u 11:00h, 21:00h i nedjelju 13:30h. Snimljeni materijal koristi se i u drugim promotivnim kanalima N1 televizije. N1 info: followers: 169,000; mjesečni doseg: 4,1 milijun; mjesečni engagement korisnika: 6,6 milijuna; presjek ljudi koji gledaju video sadržaje (spol i dob): M: 73 %; Ž: 37 %; najviše pregleda ostvaruju gledatelji između 45 i 64 godine.

Realizirano je oglašavanje u jedinom vinskom časopisu Vinum In čime smo nastavili promociju Iloka i županije kao vinske destinacije te oglas u časopisu Place2go.

TZ VSŽ ima mjesečne suradnje za objave svih naših vijesti i informacija s portalima Turističke priče, Hr turizam, Croexpress i Vinkulja.

### **Odnosi s javnošću (PR, studijska putovanja novinara)**

Putem agencije A&R realizirano je ukupno 15 tematskih tekstova koji su putem PR objava tijekom 2021. godine ostvarili ukupnu komercijalnu vrijednost od 458.780 kuna. Članci su objavljeni na ukupno 43 različita portala tijekom godine.

Suradnja s novinarima je tijekom dvije godine pandemije svedena na minimum, no maksimalno smo iskoristili suradnje s novinarima, blogerima i influencerima koje smo imali u dosadašnjem radu.

Suradnje s novinarima:

Domagoj Sever (Kampanja Vukovarsko pivo) – 17. i 18. svibanj:

Vukovar - dvorac Eltz - razgovor sa Kustosom Zoranom Šimunovićem, park šuma Adica, murali -Vukovart, Vodotoranj, Lipovac – izlazak sunca, Nijemci – vožnja brodom Sv. Katarina, Otočki virovi – vožnja kanuima

Domagoj Sever (Kampanja Vukovarsko pivo) – 21. rujna, eno snimanje -\_Konjički klub Satir; Snašini kućari

Rene Bakalović – 30. i 31. ožujak eno i gastro: Bošnjaci – restoran Aquarius, OPG Šarčević, OPG Perakić; Vukovar – vožnja brodom Magenta 1, murali – VukovArt, Vodotoranj, muzej Vučedol, Vrhunsko Vukovarsko zadruga; Sotin – Gondola; Ilok – vinarija Papak, vinarija Buhač, OPG Barbarić, hotel Dunav

Ivana Banfić, kampanja #JEDI #PUTUJ #UŽIVAJ – 8. – 11. srpnja – Vinkovci; Vukovar – Eltz, restoran Lola, plaža Ada, vodotoranj, razgled murala; Babina Greda – Stanarski susreti;



Ilok – Iločki podrumi, Principovac; Nijemci – vožnja brodom , Marcin salaš; Otok – Otočki virovi; Bošnjaci – restoran Aquarius.

Realizirana je posjeta blogera Paula Bradburya, vlasnika portala o Hrvatskoj na engleskom jeziku – „Total Croatia News“ te mu je dostavljen prijedlog 7-dnevnog boravka na području Vukovarsko – srijemske i Osječko – baranjske županije. Paul Bradbury tom je prilikom predložio dva projekta za nastavak suradnje na razini dvije podunavske županije – Vukovar card i održavanje festivala dronva.

### **Marketinške i poslovne suradnje – klaster Slavonija, RTZ u Hrvatskoj, Okusi tradicije**

TZ VSŽ je temeljem Sporazuma o suradnji koordinator klastera Slavonija. Nastavno, TZ VSŽ je formalni nositelj svih aktivnosti klastera, sazivamo koordinacije, sastavljamo zapisnike, dopise, plaćamo zajedničke račune, dostavljamo refundacije i obavljamo sve ostale koordinacijske i administrativne poslove nastavno na Sporazum. Kao koordinatori sazvali smo pet koordinacija klastera Slavonija.

Sudjelovali smo na on line koordinacijama koje je sazivalo Ministarstvo turizma i sporta te na dva sastanka s ministricom turizma i sporta, u Osijeku i u Zagrebu. Teme su vezane uz pandemiju, projekt Safe stay te status direktora TZ.

Direktorica TZ VSŽ predsjednica je Savjeta projekta Okusi hrvatske tradicije. S predstavnicima udruge Graševina Croatica razgovarali smo o realizaciji projekta brendiranja Hrvatske i Slavonije kao vinske turističke zemlje/regije. TZ VSŽ sudjeluje u radu Partnerskog vijeća Vukovarsko – srijemske županije te u radu Leadership grupe za turizam u sklopu projekta Svjetske banke.

U suradnji s partnerima TZŽ klastera Slavonija, a sukladno Sporazumu o suradnji, realizirano je oglašavanje Slavonije kao jedinstvene turističke destinacije. Kampanja je realizirana preko promotivne agencije s.t.a.r. digital i u kreiranju komunikacijskih poruka sudjelovale su sve RTZ.

Kampanja Klastera Slavonije *Priče iz Slavonije*, odvijala se od svibnja do kolovoza 2021. godine na hrvatskom tržištu s nekoliko glavnih ciljeva kampanje:

- Pozicionirati Slavoniju kao jedinstvenu turističku destinaciju
- Promovirati turističku ponudu Slavonije
- Inspirirati domaće goste na odmor u Slavoniji

Kampanja je u fokusu imala promociju kroz sadržaj. Odabrana su 4 relevantna medija preko kojih se plasirao sadržaj: Večernji list, Jutarnji list, Novi list i Slobodna Dalmacija. Sadržaj je promovirao turističku ponudu Slavonije kroz priču o aktivnom turizmu, eno – gastro ponudi, posebnim proizvodima te aktivnostima i iskustvima koje posjetitelji mogu doživjeti posjete li destinaciju. Objavljeno je 6 članaka od kojih jedan editorial i jedan long read.

Za vrijeme trajanja kampanje članci na premium portalima su pročitani ukupno 72.241 puta. Vrijeme koje su korisnici proveli na člancima pokazatelj je velike zainteresiranosti korisnika za ovakvim sadržajem, pa su tako korisnici proveli ukupno 3.424 sata čitajući članke, dok je prosječno vrijeme čitanja bilo 2 minute i 30 sekundi.

Landing kampanje je bila podstranica slavonia.travel platforme, Priče iz Slavonije na kojoj su sakupljene kratke, zanimljive i neočekivane priče iz Slavonije s pratećim fotografijama i lokacijom na Google maps karti.

Na stranici Priče iz Slavonije zabilježeno je 14.018 posjeta tijekom trajanja kampanje.

Native oglasi koji su vodili promet na web, prikazani su 1.440.494 puta, a osigurali su 4.800 klikova.

Kampanjom na društvenim mrežama dosegnuto je 404.462 korisnika, te generirano 8.344 klika prema landing page-u slavonia.travel. Aktivni formati bili su Stories i Post. Ispod sponzoriranih postova bilo je mnogo pozitivnih reakcija na vizuale i komuniciranu poruku. Glavna komunikacijska poruka na vizualima bila je „Zemlja priča. More doživljaja. Slavonija”.

Odabrani vizuali su odgovarali komunikacijskoj poruci.

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



Članak na portalu Večernjeg lista pod nazivom Moderno lice Slavonije kakvo još niste upoznali pročitan je 7.245 puta te je prosječno vrijeme čitanja advertorijala na ovom portalu bilo 1 minuta i 5 sekundi.

Na portalu Slobodne Dalmacije advertorijal pod naslovom Pet sjajnih načina kako provesti nezaboravan proljetni odmor u Slavoniji, pročitan je 8.931 puta te se prosječni korisnik na članku zadržao minutu i 29 sekundi.

Članak pod naslovom Pet sjajnih načina kako provesti nezaboravan ljetni odmor u Slavoniji objavljen je na portalu Novog lista gdje je isti ostvario 9.576 čitanja, a prosječni čitatelj zadržao se 3 minute i 58 sekundi, što je pokazatelj velike zainteresiranosti čitatelja novog lista za plasirani sadržaj.

Na portalu Jutarnjeg lista objavljena su 3 članka. Promo članak pod nazivom Moderno lice Slavonije kakvo još niste upoznali pročitan je 8.750 puta. Korisnici su čitali ovaj članak u prosjeku 2 minute i 24 sekunde.

Long read native članak objavljen je pod nazivom Ljubitelji aktivnog odmora pozor! Pronašli smo čak 22 lokacije za najbolje kopneno ljeto prepuno adrenalina. Ovaj članak ostvario je 23.089 čitanja te su se čitatelji na njemu zadržavali duže od 3 minute što govori o zainteresiranosti korisnika za ovu tematiku.

Urednički članak pod nazivom Tražite destinaciju za godišnji? Donosimo vam čak 20 skrivenih bisera s istoka Hrvatske ostvario je 14.650 čitanja s prosječnim vremenom zadržavanja 3 minute i 2 sekunde.

U printanom izdanju Novog lista koji izlazi u nakladi od 30.560 primjeraka objavljen je double page spread o Slavoniji u obliku native članka.

Izvor podataka: službeno izvješće realizacije kampanje, tvrtka s.t.a.r. digital.

Realiziran je i zajednički oglas klastera u posebnom izdanju Slobodne Dalmacije povodom Svjetskog dana turizma te u časopisu Naturala. U on line i digitalnom izdanju.

U suradnji s partnerima projekta Okusi hrvatske tradicije, realizirana je kampanja oglašavanja 2. Danima okusa hrvatske tradicije. Prije početka dvotjedne promocije hrvatskih tradicijskih jela, medijima je predstavljeno događanje, ali i cijeli projekt kao i prvi zajednički katalog svih uključenih objekata.

U promotivnoj aktivnosti 2. Dani Okusa hrvatske tradicije sudjelovalo je 107 objekata s područja 11 županija. Prema raspoloživim podacima rezultati ostvareni u prodaji menia kreću se od nekoliko do 250 menia po objektu, a po županijama do 1.500 prodanih menia. Ovi rezultati su slabiji od realiziranih 2019. godine, no ovoga puta treba uvažiti činjenicu da su 2. Dani Okusa tradicije održani u vrhuncu četvrtog vala Covid pandemije što je značajno utjecalo na mobilnost ljudi, a time i posjećenost objekata. Tijekom zajedničke kampanje, ali i dodatnih kampanja koje su provodile pojedine TZŽ kao i pojedini nosioci standarda došlo je do evidentnog postotnog povećanja vidljivosti projekta posebno putem društvenih mreža. Tako je ostvareni ukupni doseg na društvenim mrežama od 148.474 različitih osoba, dok su nagradne igre imale doseg od 6-10 tisuća osoba. Web stranica je otvorena 14.223 puta, korisnici su otvorili ukupno 97.960 različitih stranica, You tube video pregledan je 132.363 puta, a članak plasiran na portalima Večernji list, Jutarnji list i Telegram pročitan je ukupno 11.464 puta. Oglašavanje je provedeno i na društvenim mrežama putem influencera/blogera, na Narodnom i Antena radiju te promotivnim spotom na HTV-u. Promocija projekta Okusa hrvatske tradicije treba se intenzivirati te je potrebno kreirati cjelogodišnju promotivnu kampanju koja će značajnije podići vidljivost projekta.

U sklopu vođenja projekta tijekom 2021. godine, predstavnici TZ VSŽ i voditelji projekta na razini Hrvatske, obišli su sve članove, nositelje oznake. Izravna komunikacija koja se realizirala posjetom svim objektima, dobar je način daljnjeg razvoja projekta i njegovo kvalitetno provođenje. Tijekom obilaska nosioci su upućeni u dogovoreni način označavanja



tradicijskih jela, te su im uručene naljepnice za jelovnike. Naljepnice će se staviti u jelovniku pored tradicijskog jela.

### Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Druga pandemijska godina prošla je u potpunosti bez aktivnosti sajamskih nastupa. Izmjena pandemijskih „valova“ dodatno je otežala planiranje, organizaciju i održavanje sajamskih prezentacijskih aktivnosti

Održan je 2. Srijemski pjenušavi doručak u vinogradu, u vinariji Papak na Radošu u organizaciji TZ VSŽ i TZG Iloka, a u suradnji s partnerskom agencijom Zlatne riječi. Riječ je o iznimno atraktivnom događanju, sasvim drugačijem u odnosu na sve poznate koncepte, ali i u potpunosti u skladu s aktualnim epidemiološkim mjerama. Pjenušavi srijemski doručak u vinogradu bio je dio Dunav art Festivala, sudjelovalo je četiri iločka vinara, glazbeni sastav Petra Marković trio te hotel Dunav koji je predstavio Srijemski doručak.

Klaster Slavonija realizirao je zajednički nastup na 1. Festivalu destinacija – Weekend destinacija u Zagrebu. Za potrebe realizacije ovog predstavljanja, TZ VSŽ izradila je tiskani letak s prijedlogom putovanja u destinaciju. Prema konceptu Festivala, svaka županija bila je predstavljena s nekoliko izlagača s područja svoje županije dok su sve informacije o turističkim sadržajima klastera bile na jednom, zajedničkom mjestu i sve županije imale su jednog, zajedničkog informatora. VSŽ predstavili su hotel Lola iz Vukovara, Bioekološko – edukacijski centar Virovi te brod sv. Katarina.

U suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Poljskoj, realizirana je zajednička on line ppt prezentacija za poljsko tržište. Za tu potrebu napravljena je zajednička ppt prezentacija.



## Suradnja s organizatorima putovanja

Klaster Slavonija u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom organizirao je prvo studijsko putovanje predstavnika hrvatskih turističkih agencija u Slavoniju. Studijska putovanja domaćih agencija do sada nisu bila praksa u HTZ-u, no radi doista realne potrebe, zamolba klastera Slavonija prema HTZ-u bila je odobrena.

U cilju rasta organiziranih turističkih dolazaka u Slavoniju, jačanja lokalnog gospodarstva, osnaživanja Slavonije na turističkoj slici Hrvatske kao zemlje priča i mora doživljaja, tematsko studijsko putovanje u Slavoniju u organizaciji regionalnih turističkih zajednica klastera Slavonija i Hrvatske turističke zajednice realizirano je 25. – 28. svibnja i obuhvatilo je svih pet slavonskih županija, od Noskovaca preko Papuka i put Garčina sve do Vukovara i Erduta. Posljednjeg dana putovanja održani su poslovni susreti u formi B2B sudionika putovanja i predstavnika turističkih agencija s područja slavonskih županija.

Svjesni smo težine poslovnog trenutka u poslovanju turističkih agencija, no također, potaknuti iskustvom s terena, a koji nam je donijela pandemija, vjerujemo da se pozitivni pomaci u turističkim kretanjima mogu početi ostvarivati korištenjem vlastitih, domaćih resursa te nastavno, njihovo potvrđivanje i na zahtjevnom inozemnom tržištu. Upravo radi svega što je otežalo, a nažalost, nekima i onemogućilo rad protekle godine, Slavoniju vidimo kao novu priliku svima u turističkom sektoru, agencijama, ali i lokalnim, žilavim i upornim turističkim gospodarstvenicima.

U cilju poticanja kreiranja tematskih putovanja u destinaciju Srijem i Slavonija, tim suradnika iz svih LTZ kreirao je nekoliko prijedloga za tematska putovanja destinacijom. Organizirani turistički promet teško je potaknuti bez izravnih financijskih potpora, no ovom aktivnošću željeli smo učiniti još jedan korak pri jasnom i transparentnom isticanju konkretnih sadržaja u destinaciji te olakšati kako agencijama tako i pojedincima planiranje putovanja.

## Kreiranje promotivnog materijala

Brošura Vinske priče Srijema izašla je iz tiska u hrvatskoj jezičnoj varijanti dok su engleska i njemačka varijanta dostupne on line. Riječ je o prvom promotivnom materijalu koji na jednom mjestu predstavlja sve iločke vinare, ali i cjelokupnu destinaciju.

Za potrebe realizacije media plana, PR aktivnosti, objava za medije te ostale promotivne aktivnosti (sajmovi, posebne prezentacije), realizirana je produkcija potrebnih materijala: oglasi, video materijali, pozivnice, letci i ostale potrebne forme oglasa.

Izradili smo dizajn promotivne suvenir kutije, zapravo novog suvenir brenda – Taste the best. Riječ je o luksuznoj promotivnoj kutiji u dvije dimenzije i dvije opcije dizajna te usklađenu s promotivnom vrećicom. Cilj je dodatna promocija domaćih proizvoda i prepoznatljivost destinacije kao gastro destinacije. Županijskoj tvrtki „Agroklaster“ predložili smo suradnju na način da TZ VSŽ naruči dizajn promotivnih pakiranja za domaće proizvode s područja VSŽ, a koje distribuira Agroklaster te da tako kreiramo novi gastro suvenir županije. Agroklaster samostalno naručuje količinu i vrstu kutija koja im je potrebna s pravom korištenja dizajna koji je naručila TZ VSŽ, a temeljem potpisanog Sporazuma.

Izradili smo nove, ali i dodatne količine postojećih promo suvenira TZ VSŽ. Uz postojeće šalice, rokovnike, olovke, vrećice i mape, imamo kišobrane i majice. Suvenirni su nam potrebni tijekom cijele godine i predstavljaju daljnje osnaživanje brenda Srijema i Slavonije. Primjerice, za scenografiju izravne dodjelu nagrada moja.hr trebao nam je upravo destinacijski – kišobran.



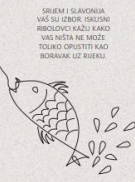


## ROLLING ON THE RIVER



Raj na zemlji, pješčani otoci, mir, tišina, stoljetni hrastovi... I pitice tako bi se ukratkno mogla opisati plovidba srijemskim i slavonskim rijekama. Izletničkim brodom Sveta Katarina krenite iz središta Njemica i otkrijte ljepotu mnogobusna i rijeke Spačve. Uživajte u tišini najveće šume hrasta lužnjaka na mističnim Virovima kod Otoka ili na močnom Dunavu doživite Vukovar iz posve nove perspektive.

## AKO STE RIBIČ...



SRIJEM I SLAVONIJA VAŠ SU IZBOR. IZDANJE PROJEKTA KAZIJE KAKO VAŠ NOSTA NE MOŽE TOJAKO OPIŠITI KAO BOVARAK IZ RIJEKE!

## JAHANJE

MINUTA U SEDLU ISTO JE ŠTO I NO KORAKA, A U SAMO JEDNOM SATU KASA IZGUBIT ČETE ČAK 360 KALORIJA. AKO VEC NOSTE, OKUŠAJTE SE U JAHANJU U NEKOM OD KOLUČIČKI KLUBOVA. DOZIVLJAJ ZA PRAKCIJE!



## FIT&FUN

Lokalcima nezaobilazno prijevozno sredstvo, gostima omiljena aktivnost. Bickikšam je odličan izbor za sve generacije. I najvažnije, ne trebate biti u top formi. Tempo birate sami, a možete voziti svugdje. Ambientalnim selima, poljima, šumama, vinogradima, gradovima, obalama rijeka, na padinama Fruške gore... Srijem i Slavonija umreženi su bickikšičkim rutama i pješačkim stazama. Laganim, ali i onim izazovnijim za strastvene rekreativce i sportaše. Zdravo i zabavno u isto vrijeme.

## PREPORUKA

ZAVRTITE PEDALE NA BICKIKŠIČKOJ RUTI SRIJEM KOJA POVEŽUJE JUŽNU I SEVEROISTOČNU POKRAJINU VUKOVARSKO-SRIJEMSKO ŽUPANIJE I NADVOŽUJE SE PODNATU DUNAVSKU RUTU I EUROVELJE I.

## U SPAČVANSKOJ ŠUMI

PROŠETITE POČINIM STAZAMA UZ TOK VROVNA DO LUŽA. POSEBNOG REZERVATA ŠUMSKE VEGETACIJE SA SLAVONSKIM HRASTOVIMA VISOKIMA I DO 40 METARA.

## TIPS & TRICKS



**Vukovar**

Za najbolji pogled na Vukovar popnite se na Vukovarski vodotoranj, simbol obrane grada u Domovinskom ratu. Kao član World Federation of Great Towers danas je u društvu najpoznatijih svjetskih građevina poput Eiffelovog tornja, Empire State Buildinga, Burj Khalife.



**Vinkovci**

Ostvarite staru želju i u vinkovačkom Aero klubu Vrabac za samo jedan dan postanite pilot ultralatih zrakoplova.



**Ilok**

Dočekajte izlazak sunca na Dunavu i foktajte se s mamutom od slame u Mohovu.



**Nijemci**

U Njemicima otkrijte zbog čega je promatranje ptica sve popularnija aktivnost.



**Županja**

Ako niste znali u Županju su se prvi put u Hrvatskoj zaigrali tenis i nogomet i to zahvaljujući Englezima koji su u 19. stoljeću otvorili tvornicu tanina. O slavnim sportskim danima danas svjedoči spomenik nagometnoj lopti.



**Babina Greda**

Tko bolje kuha - znaše ili influenceri, a tko jevia najbolji bečarak, doznajte na popularnim Stanarskim susretima u Babinoj Gredi.



**Srijem i Slavonija**  
Prokani zlatom

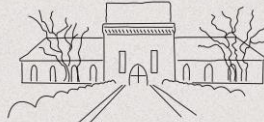
## WEEK & Srijem i Slavonija

## SELO JE IN

Likusna tradicijska jela od lokalnih namirnica, druženje s gostoljubivim domaćinima uz odlične voćne rakije, atraktivna obiteljsko-poljoprivredna gospodarstva i kuće za odmor, stari, u modernom svijetu potpuno zaboravljeni zanati, vrhunske rukotvorine i poznata šlinga, pokoji mudra zreka i vrijeme koje kao da sporije teče - srijemska i slavonska sela prave su male stress free zone, sigurna otišuća od burnouta. Ladanje je opet popularno.

## PRINCIPOVAC U ILOKU

NEKAD LADANJSKI IMANJE PLEBIČKE OBITELJI ODEŠAČI, DANAS NAJLI NABOJLI KOMBINACIJA LUKSUZNE POKOJE I ODRUŽENJE VINOGRADA.



## CESTA ZLATNE NITI

OVA TEMATIČKA RUTA SPINJA ŽUPANJU S OČEKIM SELIMA ŠTITARDOM, BABINOM GREDOM, KRUŠKOVCIMA, CERINOM, SOKOVCIMA, GRADŠTEM, BOŠANJACIMA, DRENTOVCIMA I VIBANJOM. ODLUČAN IZBOR VOJUTE I U SREDKU IZBILI.

## TOTALNO KUL

Sreće art u Vukovaru, u Vinkovcima skulpture ptica Dvine Merhav, poznate iznatele umjetnice Vinkovačkog podrijetla, hologrami nobelovca Lavoslava Ružičke, bana Josipa Šokčevića i Nikole Iločkog - putovanje istokom Hrvatske iznenađenje je za moderne putnike. Dvorci, muzeji, povijesna središta, barokne zgrade, stoljetni samostani, crkve i kapelice, šetnice uz rijeke, parkovi, promenade i život koji na ovim prostorima traje bez prestanka više od osam tisuća godina... Vikend putovanje je prekratk da sve otkrijete. Sigurno ćete nam se vratiti!

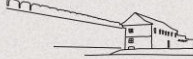


## NIZOVODNO DUNAVOM

POSJETITE MODERAN MUZEJ VUČEDOLSKO KULTURE, GRADSKU MUZEJ VUKOVAR U DVORCU ELZE I MUZEJ GRADA ILOK I TVORICE ODEŠAČI. VUKOVARSKO-DEŠAČKI JEDINSTVENI JE ELIPIČKA DESTINACIJA IZVORNOSTI, POPULARNOSTI, NA TEMU KULTURNOG TURIZMA.

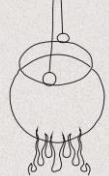
## SAMO KOD NAS

SUVARA U OTOKU JEDINI JE ODLUVNI ILOK NA KONČIJI PROSEK U EUROPI, A GRADNAČKOŠKI ČANAK U ŽUPANJU JEDINI OČUVANI PREMIER VUKOVARSKO ARHITEKTURE U HRVATSKOJ.



## ŠOKAČKI ROMEO JULIJA

TAKO VINKOČANI NAZIVAJU SPOMENIK KNJEŽEVNIKU IVI KOZARCI I NJEGOVU ZABRANJENI LUBAVI MARCI KOTZBARI NA STRANU KRALJEVI KOTZBARIJE I OMBARANI SVOS SICA POSVETIO JEDNU OD NAJLEPŠIH LUBAVNIH PISAMA MELDY SAM GARAVIJE I PLAVE.



## PO STARINSKI

VOJUTE U TRADICIJSKI KUHINJE, ODOBRITE RESTORANE S OZNAKOM OČIŠĆENI I SLAVONIJE.

## DRUGAČIJE

VATRENI BURGER IJ GLAZBANA SVINJSKA REBARČA, PRINAMALNO ŽUKI, KOŠI I BOJIG OKUZA, TANVA JELA, SORBARU I U VINKOVACIMA I FINE DINING RESTORANU ILLA I U GORICU I U SRIJEMU KOD TRIA LUCE NE PROPUSTITE NAJFINIJE SALENJAKE NA SVIJETU!



## FOODIE

Gostoljubivost im je urođena, u kuhinji su prirodni talenti. Srijem i Slavonija dočekat će vas sa širokim osmjehom i bogatim stolom. Nije tajna da je ovaj dio Hrvatske mamac za gurmane. Nema tu velike fizičke samozatpajne da vam reći domaćini. Svježe namirnice, kratak put od polja do stola, provjereni recepti još iz bakine kuhinje, puno ljubavi i crvene paprike. Za predjelo čvarci, kuhan, kuhanova sela, švarji, kobasica, slanina, podijeljeni sir, potom vruća juha, jela iz kotlića, sarma ili pečenje, možda riječna riba, a za kraj ukusni kolači.

## PREPORUČIO MICHELIN

NA PUTOVANJU SRIJEMOM I SLAVONIOM MORATE SVRATITI NA F15 BEZ KOSTI U HOTELU DUNAV I PRVOM MICHELINOVOM PREPORUČENOM RESTORANU U ŽUPANJU.



## VRHUNSKO VUKOVARSKO

DOČAN U SREDNJI VUKOVAR IZ VINKOVACA VINA VUKOVARSKIH VINOBA NUDI NAPOKRETNI DEKUCIJE ILOKALNIH PROIZVOĐAČA, A ŽELTE I U DRUGAČIJI TO JE MOGUĆE NA PREKRASNOJ TERASI U BAROKNOM AMBIJENTU.

## STARI PODRUMI

U NIZAMA I 200 GODINA PRVE BOURGUNDIJE I BURGUNDIJE KNJEŽEVSKA OBITELJ ODEŠAČI PUNILA VINO U POSREBIRI RAZNOJE ŠTICE NJEGOVU KVALITETU OD POKROVAČIJA. I DANAS SE U NIZAMA ČUVAJU VINA ILOČIČKI POKROVAČI, NAJNAČINJAVNIJE HRVATSKO VINAIRE.

## WINE & MORE

Iločka vinska cesta prolazi središtem ovog prekrasnog srednjovjekovnog gradića i vodi dalje prema poznatim vinogradnim položajima na padinama Fruške gore. S petinačastim vinarijama i kućnicama radi vrhunska vina u kojima traminac zauzima posebno mjesto. U njemu su uživali kraljevi i carevi, europsko plemstvo, a i danas intrigira znalci i vinoljupci. Savršeni spoj vina i arhitekture. Ilok vas poziva na šetnju njegovom povijesnom jezgrom i šetnicom uz Dunav.



## Internetske stranice

Ažuriranje web stranice [www.visitvukovar-srijem.com](http://www.visitvukovar-srijem.com) obavlja se svakodnevno. Web stranica određeno je mjesto digitalnih kampanja te je nužno redovito objavljivati sva događanja, ali i dopunjavati informacije. U protekloj godini imali smo određene problema s održavanjem web stranice od strane tvrtke koja održava stranice u smislu da su se određene vijesti brisale, jedno vrijeme bile nedostupne te je ovaj problem nužno odmah rješavati. Opseg posla je bio

je i izvan redovnog održavanja stranice jer su izmjene i dopune sadržaja, tekstualno i fotografije, bile doista značajne. TZ VSŽ realizirala je zatražene aktivnosti vezano uz projekt digitalnih nomada te smo, prema zahtjevu Ministarstva turizma, web stranicu dopunili i navedenim sadržajem.

Sve tekstove koje smo objavljivali tijekom godine u navedenim kampanjama te fotografije koje smo u tu svrhu nabavili, objavili smo i na blogu [blog.visitvukovar-srijem.com/hr/](http://blog.visitvukovar-srijem.com/hr/) Naknadno smo sve tekstove dali prevesti te su objavljeni i na njemačkom i engleskom jeziku. TZ VSŽ prisutna je i na stranici [www.slavonia.travel](http://www.slavonia.travel) koja je tijekom 2021. godine prevedena na njemački i engleski jezik te dopunjena sadržajem pod nazivom „Priče iz Slavonije“. Ova podstranica, ako i cijela web stranica, bili su okosnica kapanje klastera. Web stranica klastera Slavonija jedinstveni je način suradnje na promociji turističkog klastera u cijeloj Hrvatskoj. Društvene mreže Facebook i Instagram redovito se ažuriraju, a potrebna je i značajnija prisutnost i na You tube kanalu. U tu svrhu, potrebna nam je značajnija količina video materijala, a s kojim ne raspoložemo.

#### **Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka**

Tijekom 2021. godine suradnjom s nizom fotografa redovito se i kontinuirano nadopunjavala baza fotografija.

**Ukupno 3: 895.696,40**

## ***4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT***

#### **Turistički informacijski sustavi i aplikacije/e visitor (HDT, aplikacije)**

TZ VSŽ sudjeluje u projektu HDT s Hrvatskom turističkom zajednicom. Sudjelovali smo na on line edukacijama te kontinuirano dostavljali podatke za popunjavanje stranice za destinacije s područja Vukovarsko – srijemske županije. Putem sustava e visitor redovito se prati turistički promet u županiji kao i dinamika uplata turističke pristojbe.

#### **Stručni skupovi i edukacije**

TZ VSŽ u suradnji sa sustav TZ organizirala je edukaciju za Digitalni marketing u turizmu, a sudjelovali smo i na edukaciji za kulturni turizam. Za potrebe valjane provedbe nabava TZ VSŽ, na edukaciju za provedbu nabave upućena je stručna suradnica TZ VSŽ koja obavlja predmetne poslove. U suradnji s Udrugom za ruralni turizam Hrvatske, a uz potporu MINTS-a i HTZ-a, organizirali smo edukaciju za predstavnike ruralnog turizma s područja Županije o popunjavanju portala o ponudi ruralnog prostora u Hrvatskoj. Edukacija se održala u Vinkovcima i Iloku.

#### **Koordinacija i nadzor**

U 2021. godini održano je ukupno 4 koordinacije TZŽ s TZL. Važno je za istaknuti da su se svi ključni projekti TZ VSŽ uvijek unaprijed komunicirali sa sustavom LTZ te da su LTZ u realizaciju svakog projekta bile intenzivno uključene. Nažalost, događa se da TZŽ, bez obzira na jasne zakonom definirane zadaće, nije na vrijeme i kvalitetno informirana o određenim aktivnostima LTZ, a koje se dijelom odnose i na razvoj proizvoda i ukupni razvoj destinacije. U 2021. godini izabran je novi direktor TZG Županja s kojim smo započeli suradnju, a TZ VSŽ financijski je pomogla uređenje poslovnih prostora TZG Županja. Nakon dugotrajnog bolovanja, na posao se vratio i direktor TZG Iloka. Važno je naglasiti da niti jedna TZ, bez obzira na razinu upravljanja destinacijom, ne može biti „otok“. Zadaće sustava TZ definirane su zakonom, no suradnja je nešto što živi u praksi i „oživotvoruje“ svaku veliku i malu ideju. U tom smislu, koordinaciju sustava TZ svih razina smatramo ključnom za razvoj i promociju destinacije.

Sudjelovali smo na on line koordinacijama koje je sazivalo Ministarstvo turizma i sporta te na dva sastanka s ministricom turizma i sporta, u Osijeku i u Zagrebu. Teme su vezane uz pandemiju, projekt Safe stay te status direktora TZ.

## Upravljanje kvalitetom i nagrađivanje u destinaciji

TZ VSŽ bila je koordinator realizacije projekta **Moja.hr** za područje Vukovarsko – srijemske županije. Oformili smo tim, predložili lokacije za snimanje te sudjelovali u cijelom procesu izrade filma. Iznimno smo sretni i ponosni što je jednominutni promotivni film iz Vukovarsko – srijemske županije osvojio 1. nagradu te je naša županija domaćin dodjele 2022. godine.

Na poslovno – turističkoj burzi „PUT“, održanoj u Selcu, dodijeljene su nagrade **„Simply the best“** za 2020. i 2021. godinu. U Vukovarsko – srijemsku županiju došle su 4 nagrade: hotel „Dunav“, „Lola“, „Aquarius i osoba godine.

**Suncokret ruralnog turizma** donio je šampionsku titulu hotelu „Dunav“ iz Iloka te brončanu povelju Vinariji Papak. Sve nagrade su nam iznimno važne jer uz prepoznavanje rada samih dobitnika predstavljaju dodatnu promociju i osobnu iskaznicu kvalitete destinacije.

## Projekti financirani iz EU fondova

### **„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 aktivnostima izgradio se i opremio moderni posjetiteljski centar koji svojim sadržajima doprinosi prije svega porastu očekivanog broja posjeta odredištu prirodne baštine. Brojni edukativni i interpretativni sadržaji koji su se provodili za vrijeme provedbe projekta ali i nakon dovršetka provedbe, značajno doprinose unapređenju javne svijesti o važnosti očuvanja bioraznolikosti spačvanskih šuma. Brojni sadržaji, atraktivni multimedijalni koncept promocije prirodne baštine i smještajni kapaciteti realizirani kroz provedbu projekta, nude 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 2021. godini.**

Turistička zajednica je kroz 2021. godinu trebala provesti dvije aktivnosti a to su:

- Nabava usluge promocije odredišta turističkim operaterima
- Nabava usluge i realizacija predstavljanja odredišta prirodne baštine na turističkom sajmu Place2Go

Ukupna vrijednost planiranih aktivnosti je 83.375,00 kuna

Rok realizacije kraj travnja 2021. godine.

Obzirom na izvanrednu situaciju uzrokovanu epidemijom Covid-19 održavanje turističkog sajma Place2Go je otkazano, te smo plan aktivnosti prilagodili novonastaloj situaciji.

Provedene su sljedeće aktivnosti:

- Nabava usluge promocije odredišta turističkim operaterima
- Nabava usluge promocije odredišta prirodne baštine kroz PR oglašavanje

**Ukupan trošak aktivnost je iznosio: 259.637,02 kune**

**Rok realizacije:** travanj 2021.

Projektne aktivnosti su sve završene u roku, a proveden je i nadzor nad dokumentacijom projekta od strane nadzornog tijela SAFU iz Zagreba.



## „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	PR podrška te catering za minimalno 25 osoba tijekom

				(2x 4.375,00) Za dvije konferencije	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 otvorenih vrata	1.2.3.3.2023.	2	56.250,00	Angažman PR agencije koja će biti zadužena za sve 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 2021. godini

U srpnju 2020. godine započela realizacija projekta „Rekonstrukcija zidina, zgrade Žitnice, Podrumareve kuće i Franjevačkog samostana u Iloku“, no još uvijek nije održana početna konferencija zbog nastale epidemiološke situacije sa Covid-om 19 te će ta aktivnost biti realizirana kad to epidemiološke mjere budu dopuštale. Obzirom na nemogućnost realizacije aktivnosti prema Planu nabave, nabave će biti realizirane prema revidiranom planu tijekom 2022. godine.

TZ VSŽ je tijekom rujana i listopada 2021. godine provela nabavu za Promo alata te smo započeli izradu i dizajn vizualnog identiteta, banneri i promotivnih materijala, te snimanje tijekom rekonstrukcije Iločkih zidina, a ostale elemente nabave realizirati ćemo do kraja svibnja 2023. godine prema sklopljenom Ugovoru sa Izvršiteljem.

Od Nositelja projekta Grada Iloka zatraženo je predfinanciranje provedenih aktivnosti u iznosu od 60.000,00 kuna.

**Vrijednost nabave iznosi: 217.906,25 kuna (PDV uračunat u cijenu).**

Realizirana aktivnost loga projekta:



**Rekonstrukcija zidina,  
zgrada Žitnice,  
Podrumareve kuće  
i franjevačkog samostana  
u Iloku**

**Ukupno 4.: 341.014,28**

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

TZ VSŽ članica je europske mreže EDEN. Članovi smo klastera Slavenska košarica te udruge za biciklizam Panonian bike. Članovi smo i udruženja DCC te držimo da je zbog prestanka aktivnosti potrebno ponovno razmotriti prijedlog za izlaskom iz navedenog udruženja.

**Ukupno 5.: 3.250,80**

## **6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

U Turističkoj zajednici Vukovarsko-srijemske županije uposlene su tri osobe: direktorica, stručnu suradnicu i administrativnu suradnicu. Svi djelatnici zaposleni su na neodređeno vrijeme. Turistička zajednica i stručna služba rade na adresi Glagoljaška ulica 27 u Vinkovcima u dvije prostorije, sobama 48. i 49. TZ VSŽ za režijske troškove plaća mjesečne fakture Vukovarsko – srijemskoj županiji, sukladno ugovoru. Skladišni prostor je adekvatno riješen na istoj adresi, u dvorištu zgrade te je sav inventar i materijali pravovaljano zbrinut.

Knjigovodstvene poslove obavlja Obrt „Saldo“.

Članovi tijela Turističke zajednice ne primaju naknadu za svoj rad. U 2021. godini održano je četiri sjednice Turističkog vijeća te dvije sjednice Skupštine.

Stručna služba zadužena je za realizaciju Programa rada. Stručna služba pravovremeno odgovara i na sve zadatke i upite koji nastaju tijekom godine. Obavljanje poslova Zajednice prati Turističko vijeće na svojim redovitim sjednicama putem pismenog i usmenog izvješća direktorice. Izvješće se podnosi za sve obavljene poslove iz Programa rada. Fond sati rada Turističkog ureda određen je Statutom TZ VSŽ i Ugovorom o radu. Redovito se vodi evidencija radnih sati. Turistički ured vodi brigu o poštivanju Pravilnika o zaštiti i čuvanju arhivskog gradiva.

**Ukupno 6.: 542.437,15**

**7.Fondovi – u 2021. godini nisu ostvarene uplate**

***Ukupno rashodi: 2.077.073,41***

#### Izvršenje Programa rada za 2021. godinu

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2021. (po rebalansu)	Izvršenje 31.12.2021.	indeks izvršenja	struktura izvršenja
1	2				
1.	Izvorni prihodi	346.631,34	402.379,65	116,08	17,44
1.1.	Turistička pristojba	69.626,34	114.756,87	164,82	4,97
1.2.	Članarina	277.000,00	287.617,50	103,83	12,47
1.3.	Prihodi od kamata	5,00	5,28	105,60	0,00
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	420.000,00	420.000,00	100,00	18,21
2.1.	Za funkcioniranje zajednice - VSŽ	420.000,00	420.000,00	100,00	18,21
2.2.	Za predfinanciranje projekta Ilok				0,00
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	1.065.418,93	1.015.140,05	95,28	44,01
3.1.	Prihodi za poravnanje	185.862,51	185.862,51	100,00	8,06
3.2.	Prihodi po Uredbama za TZN i Udružene TZ	739.556,42	739.556,42	100,00	32,06
3.2.1.	Prihodi po Uredbi za nerazvijene TZ	590.944,07	590.944,07	100,00	25,62
3.2.2.	Prihodi po Uredbi za udružene TZ - klaster Slavonija	148.612,35	148.612,35	100,00	6,44
3.3.	Sufinanciranje TZ	140.000,00	89.721,12	64,09	3,89
4.	Prihodi iz EU fondova	293.000,00	304.344,46	103,87	13,19
4.1.	Rekonstrukcija (...)Ilok	78.000,00	60.000,00	76,92	2,60
4.2.	Vrata spačvanskog bazena	215.000,00	244.344,46	113,65	10,59
5.	Ostale donacije HTZ - oprema	0,00			0,00
6.	Prenešeni prihod iz prethodne godine	164.949,73	164.949,73	100,00	7,15
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.290.000,00</b>	<b>2.306.813,89</b>	<b>100,73</b>	<b>100,00</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA				
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	80.000,00	65.100,82	81,38	3,13
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	65.000,00	62.575,82	96,27	3,01
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	10.000,00	2.525,00	25,25	0,12
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	5.000,00		0,00	0,00
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	225.000,00	221.330,63	98,37	10,66
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	5.000,00	2.500,00	50,00	0,12

2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	190.000,00	198.725,63	104,59	9,57
2.3.	Podrška turističkoj industriji	5.000,00		0,00	0,00
2.4.	Podrška razvoju turističkih događanja	25.000,00	20.105,00	80,42	0,97
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>942.000,00</b>	<b>895.696,40</b>	<b>95,08</b>	<b>43,12</b>
3.1.	Definiranje branding sustava i brenda arhitekture	60.000,00	28.268,09	47,11	1,36
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	543.000,00	556.528,59	102,49	26,79
3.2.1.	Oglašavanje VSŽ	278.000,00	295.244,59	106,20	14,21
3.2.2.	Oglašavanje Klaster Slavonija	265.000,00	262.284,00	98,98	12,63
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR (suvenir, novinari)	85.000,00	66.267,89	77,96	3,19
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje (Koordinacija klaster)	40.000,00	37.147,11	92,87	1,79
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	67.000,00	63.544,42	94,84	3,06
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	5.000,00	3.750,00	75,00	0,18
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	80.000,00	79.645,05	99,56	3,83
3.8.	Internetske stranice	53.000,00	52.246,25	98,58	2,52
3.8.1.	Internet Visit Vukovar Srijem	8.000,00	7.500,00	93,75	0,36
3.8.2.	Internet Slavonia travel	45.000,00	44.746,25	99,44	2,15
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	9.000,00	8.299,00	92,21	0,40
4.	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>470.000,00</b>	<b>341.014,28</b>	<b>72,56</b>	<b>16,42</b>
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor	5.000,00		0,00	0,00
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	60.000,00	36.078,75	60,13	1,74
4.3.	Koordinacija i nadzor	30.000,00	10.613,50	35,38	0,51
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	370.000,00	294.322,03	79,55	14,17
4.4.1.	Upravljanje kvalitetom, nagrađivanje u destinaciji	50.000,00	9.685,00	19,37	0,47
4.4.2.	Projekti financirani iz EU fondova	320.000,00	284.637,03	88,95	13,70
4.4.2.1.	Vrata spačvanskog bazena	260.000,00	259.637,03	99,86	12,50
4.4.2.2.	Rekonstrukcija(...)Ilok	60.000,00	25.000,00	41,67	1,20
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša - razvoj na prostorima gdje nema TZ	5.000,00		0,00	0,00
5.	<b>ČLANSTVO U STRUKOVINIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>5.000,00</b>	<b>3.250,80</b>	<b>65,02</b>	<b>0,16</b>
5.1.	Međunarodne strukovne i sl.organizacije	4.000,00	3.250,80	81,27	0,16
5.2.	Domaće strukovne i sl.organizacije	1.000,00		0,00	0,00
6.	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>538.000,00</b>	<b>542.437,15</b>	<b>100,82</b>	<b>26,12</b>
6.1.	Plaće i troškovi za zaposlene	455.000,00	455.327,80	100,07	21,92
6.2.	Materijalni troškovi	83.000,00	87.109,35	104,95	4,19
6.3.	Tijela turističke zajednice	0,00			0,00
7.	<b>REZRVA</b>	<b>30.000,00</b>	<b>8.243,33</b>	<b>27,48</b>	<b>0,40</b>
8.	Prijenos viška predfinanciranja projekt Ilok				
9.	<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>	<b>0</b>			
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>2.290.000,00</b>	<b>2.077.073,41</b>	<b>90,70</b>	<b>100,00</b>
9.	<b>FONDOVI-posebne namjene</b>	<b>0,00</b>			
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	0,00			

	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica				
	<b>SVEUKUPNO 2</b>	2.290.000,00		0,00	
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	2.290.000,00	2.077.073,41	90,70	

## • PRILOZI

### PODACI O TURISTIČKOM PROMETU ZA 2021. GODINU

Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>41.132</b>	<b>92.522</b>	<b>100</b>	<b>33.784</b>	<b>64.255</b>	<b>100</b>	<b>121,75</b>	<b>143,99</b>
Domaći turisti	31.173	59.455	64,26	28.691	49.370	76,83	108,65	120,43
Strani turisti	9.959	33.067	35,74	5.093	14.885	23,17	195,54	222,15

**Usporedno sa 2019. godinom bez školskih ekskurzija:**

Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2019			indeks 2021 / 2019	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>40.676</b>	<b>91.932</b>	<b>100</b>	<b>52.896</b>	<b>104.275</b>	<b>100</b>	<b>76,90</b>	<b>88,16</b>
Domaći turisti	30.719	58.877	64,04	36.619	69.109	66,28	83,89	85,19
Strani turisti	9.957	33.055	35,96	16.277	35.166	33,72	61,17	94,00

Ostvareni dolasci i noćenja po mjesecima u 2021:

	Siječanj	Veljača	Ožujak	Travanj	Svibanj	Lipanj	Srpanj	Kolovoz	Rujan	Listopad	Studeni	Prosinac
<b>Dolasci</b>	1.132	<b>1.298</b>	2.228	2.610	3.491	3.579	3.580	4.257	<b>5.660</b>	5.012	5.327	2.958
<b>Noćenja</b>	2.840	<b>3.241</b>	4.894	6.917	10.271	9.014	7.568	8.751	<b>11.875</b>	10.087	11.007	6.057

Noćenja su ostvarena u ukupno 190 smještajnih objekta i 2661 ležaja.

Najposjećeniji mjeseci su rujan, potom studeni i svibanj.

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

U ukupnom broju dolazaka, njih 86,66 % realizirano je individualno, a 13,34 % agencijski.

• **Podaci po turističkim zajednicama u 2021. godini:**

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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>11.519</b>	<b>27.448</b>	<b>100</b>	<b>15.808</b>	<b>24.058</b>	<b>100</b>	<b>72,87</b>	<b>114,09</b>
Domaći turisti	9.197	18.932	68,97	14.785	20.916	86,94	62,20	90,51
Strani turisti	2.322	8.516	31,03	1.023	3.142	13,06	226,98	271,04

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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>18.741</b>	<b>45.782</b>	<b>100</b>	<b>11.865</b>	<b>26.599</b>	<b>100</b>	<b>157,95</b>	<b>172,12</b>
Domaći turisti	14.029	26.328	57,51	9.433	18.694	70,28	148,72	140,84
Strani turisti	4.712	19.454	42,49	2.432	7.905	29,72	193,75	246,10

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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>4.856</b>	<b>6.903</b>	<b>100</b>	<b>2.790</b>	<b>4.170</b>	<b>100</b>	<b>174,05</b>	<b>165,54</b>
Domaći turisti	4.232	6.007	87,02	2.487	3.652	87,58	170,16	164,49
Strani turisti	624	896	12,98	303	518	12,42	205,94	172,97

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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>2.764</b>	<b>5.340</b>	<b>100</b>	<b>1.925</b>	<b>4.997</b>	<b>100</b>	<b>143,58</b>	<b>106,86</b>
Domaći turisti	1.496	3.397	63,61	1.142	3.398	68,00	131,00	99,97
Strani turisti	1.268	1.943	36,39	783	1.599	32,00	161,94	121,51

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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>517</b>	<b>1.285</b>	<b>100</b>	<b>307</b>	<b>680</b>	<b>100</b>	<b>168,40</b>	<b>188,97</b>
Domaći turisti	281	850	66,15	179	448	65,88	156,98	189,73
Strani turisti	236	435	33,85	128	232	34,12	184,38	187,50

Lokalna turistička zajednica: **Babina Greda (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>



Lokalna turistička zajednica: **Babina Greda (Vukovarsko-srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Domaći turisti	2	6	100	0	0	0,00	0,00	0,00
Strani turisti	0	0	0,00	0	0	0,00	0,00	0,00

**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
2021.	41.132	92.522

**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
2021.	11.519	27.448

**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
2021.	18.741	45.782

**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
<b>2019.</b>	<b>6.309</b>	<b>9.148</b>
2020.	2.790	4.170
2021.	4.856	6.903

**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
2021.	2.764	5.340

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
2021.	517	1285

Broj turističkih dolazaka/noćenja za Babinu Gredu:

Godina	Ukupan broj dolazaka	Ukupan broj noćenja
2020.	0	0
2021.	2	6

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

	Ukupni broj noćenja u VSŽ iz zemlje	Vukovar/ %	Vinkovci/ %	Ilok/ %	Županija/ %	Nijemci/ %
<b>Poljska</b>	4.485 14%	179 4%	4.194 93 %	34 0.7%	30 0,7%	1 0,02%
<b>Bosna i Hercegovina</b>	4.249 13%	2.636 62%	762 18%	75 2%	137 3%	6 0,1 %
<b>Njemačka</b>	3.591 11 %	936 27%	1.542 43 %	143 4%	581 16%	152 4%
<b>Italija</b>	2.100 6%	645 31%	1.068 51 %	61 3%	132 7%	31 1%
<b>Srbija</b>	1.957 6%	339 17%	1.276 65%	105 5%	118 6%	14 0,8%
<b>Slovenija</b>	1.430 4%	352 25%	879 61%	61 4%	50 4%	13 1%
<b>Austrija</b>	1.408 4%	153 11%	908 65%	54 4%	168 12%	23 1,64%
<b>Češka</b>	1.278 4%	67 5%	1.162 91%	34 3%	7 0,5%	6 0,5%
<b>Bugarska</b>	1.168 3%	26 2%	970 83%	7 0,6%	92 8%	21 1,8%

<b>Rumunjska</b>	1.054 3%	112 11%	800 76%	10 0,9%	74 7%	4 0,4%
------------------	-------------	------------	------------	------------	----------	-----------

### **SVA NOĆENJA (sve prijavljene osobe)**

**Od ukupnog broja svih noćenja ostvarenih u 2021. godini koji iznosi 92 522, njih *45 782 odnosno 49,48% realizirano je u Vinkovcima***

27 448 odnosno 29,67 % u Vukovaru

6 903 odnosno 7,46 % u Iloku

5 340 odnosno 5,77 % u Županji

1 285 odnosno 1,39 % u Nijemcima

6 odnosno 0,01 % u Babinoj Gredi

**Od ukupnog broja stranih noćenja ostvarenih u 2021. godini koji iznosi 33 067, njih *19 454 odnosno 58,83 % realizirano je u Vinkovcima***

8 516 odnosno 25,75 % u Vukovaru

1 943 odnosno 5,88 % u Županji

896 odnosno 2,71% u Iloku

435 odnosno 1,32 % u Nijemcima

0 odnosno 0,00 % u Babinoj Gredi

**Od ukupnog broja domaćih noćenja ostvarenih u 2021. godini koji iznosi 59.455 , njih *26 328 odnosno 44,28 % realizirano je u Vinkovcima***

18 932 odnosno 31,84 % u Vukovaru

6 007 odnosno 10,10 % u Iloku

3 397 odnosno 5,71 % u Županji

850 odnosno 1,43 % u Nijemcima

### **SAMO TURISTI:**

**Od ukupnog broja svih noćenja ostvarenih u 2021. godini koji iznosi 76 937, njih *36 253 odnosno 47,12% realizirano je u Vinkovcima***

23 898 odnosno 31,06 % u Vukovaru

6 892 odnosno 8,96 % u Iloku

4 611 odnosno 5,99 % u Županji

1 186 odnosno 1,54 % u Nijemcima

6 odnosno 0,01 % u Babinoj Gredi

**Od ukupnog broja stranih noćenja ostvarenih u 2021. godini koji iznosi 24 948, njih**

**12 446 odnosno 49,89 % realizirano je u Vinkovcima**

8 169 odnosno 32,74 % u Vukovaru

1 890 odnosno 7,58 % u Županji

895 odnosno 3,59% u Iloku

394 odnosno 1,58 % u Nijemcima

0 odnosno 0,00 % u Babinoj Gredi

**Od ukupnog broja domaćih noćenja ostvarenih u 2021. godini koji iznosi 51.989 , njih 23 807 odnosno 45,79 % realizirano je u Vinkovcima**

15 729 odnosno 30,25 % u Vukovaru

5 997 odnosno 11,54 % u Iloku

2 721 odnosno 5,23 % u Županji

792 odnosno 1,52 % u Nijemcima

• **Top tržišta s preko 1000 noćenja, kretanja 2019. – 2021.**

		Ukupni broj /udio noćenja u VSŽ					
		2019.	Udio 2019.	2020.	Udio 2020.	2021.	Udio 2021.
Top tržišta	Poljska	919	2,56 %	692	4,64%	4 485	13,56 %
	Bosna i Hercegovina	4 681	13,06 %	1 806	12,13 %	4 249	12,85 %
	Njemačka	4 819	13,44%	2 538	17,05 %	3 591	10,86 %
	Italija	2 630	7,34 %	800	5,37 %	2 100	6,35 %
	Srbija	2 970	8,28 %	2 265	15,21%	1 957	5,91
	Slovenija	3 497	9,76 %	1 001	6,72 %	1 430	4,32%
	Austrija	1 909	5,32 %	593	3,98 %	1 408	4,25%
	Češka	510	1,42 %	297	1,99 %	1 278	3,86 %
	Bugarska	838	2,33 %	493	3,31 %	1 168	3,53 %
	Rumunjska	425	1,19 %	259	1,74 %	1 054	3,19 %

Najveći broj poljskih državljana boravi u Vinkovcima radi sezonskog posla.

• **Podaci po turističkim zajednicama u 2021. godini: Sudionici školskih paket aranžmana odobrenih od strane školske ustanove**

Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko-srijemska**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

	Siječanj - Prosinac 2021		Siječanj - Prosinac 2020		indeks 2021 / 2020	
zemlja	dolasci	% noćenja	dolasci	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>456</b>	<b>590</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>4,54</b>	<b>5,34</b>
Domaći turisti	454	578	10 051	11 046	99,97	5,23
Strani turisti	2	12	3	3	0,03	400,00



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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9.645</b>	<b>10.590</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Domaći turisti	0	0	0	9.642	10.587	99,97	0	0
Strani turisti	0	0	0	3	3	0,03	0	0

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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>422</b>	<b>556</b>	<b>100</b>	<b>409</b>	<b>459</b>	<b>100</b>	<b>103,18</b>	<b>121,13</b>
Domaći turisti	420	544	97,84	409	459	100	102,69	118,52
Strani turisti	2	12	2,16	0	0	0,00	0,00	0,00

Ostala područja: (Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije)

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

zemlja	Siječanj - Prosinac 2021			Siječanj - Prosinac 2020			indeks 2021 / 2020	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
<b>Ukupno</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Domaći turisti	34	34	100	0	0	0	0	0
Strani turisti	0	0	0	0	0	0	0	0

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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2021**

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

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2020**

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

**Domaći turisti po županijama iz kojih dolaze**

Županija	Dolasci	Noćenja	Udio dolasci	Udio noćenja
Grad Zagreb	9 245	17 270	29,66%	29,05%
Zagrebačka	3 308	6 613	10,61%	11,12%
Splitsko-dalmatinska	3 418	5 928	10,96%	9,97%
Sisačko-moslavačka	1 303	3 274	4,18%	5,51%
Vukovarsko-srijemska	1 521	3 035	4,88%	5,10%
Primorsko-goranska	1 482	2 503	4,75%	4,21%
Osječko – baranjska	1 461	2 449	4,69%	4,12%
Krapinsko-zagorska	868	1 923	2,78%	3,23%

Brodsko-posavska	672	1 896	2,16%	3,19%
Istarska	955	1 728	3,06%	2,91%
Dubrovačko-neretvanska	863	1 705	2,77%	2,87%
Varaždinska	976	1 583	3,13%	2,66%
Bjelovarsko-bilogorska	618	1 348	1,98%	2,27%
Karlovačka	708	1 348	2,27%	2,27%
Zadarska	757	1 245	2,43%	2,09%
Koprivničko - križevačka	736	1 219	2,36%	2,05%
Požeško-slavonska	519	1 163	1,66%	1,96%
Virovitičko-podravaska	482	1 103	1,55%	1,86%
Šibensko-kninska	569	956	1,83%	1,61%
Međimurska	519	781	1,66%	1,31%
Ličko-senjska	193	385	0,62%	0,65%

#### Usporedni udio noćenja 2021. godina – samo turisti

Turistička zajednica	Udio noćenja domaći	Udio noćenja strani	Udio noćenja ukupno
Vukovarsko – srijemska županija (ukupno)	67,57%	32,43%	100,00%
Grad Vukovar	65,82%	34,18%	100,00%
Grad Vinkovci	65,67%	34,33%	100,00%
Grad Ilok	87,01%	12,99%	100,00%
Grad Županja	59,01%	40,99%	100,00%
Općina Nijemci	66,78%	33,22%	100,00%
Babina Greda	100,00%	0,00%	100,00%

#### Usporedni udio noćenja 2021. godine – sve prijavljene osobe

Turistička zajednica	Udio noćenja domaći	Udio noćenja strani	Udio noćenja ukupno
Vukovarsko – srijemska županija (ukupno)	64,26%	35,74%	100,00%
Grad Vukovar	68,97%	31,03%	100,00%
Grad Vinkovci	57,51%	42,49%	100,00%
Grad Ilok	87,02%	12,98%	100,00%
Grad Županja	63,61%	36,39%	100,00%
Općina Nijemci	66,15%	33,85%	100,00%
Općina Babina Greda	100,00%	0,00%	100,00%

### Struktura smještaja na području Vukovarsko – srijemske županije

<b>UKUPNO VSŽ</b>	<b>SOBA</b>	<b>LEŽAJEVI</b>	<b>UDIO</b>
Hoteli	312	537	20,18%
Hosteli	196	829	31,15%
Lovačke kuće	21	42	1,58%
Sobe za iznajmljivanje	83	183	6,88%
Studio apartman u domaćinstvu	5	11	0,41%
Apartman u domaćinstvu	29	70	2,63%
Prenočište	24	55	2,07%
Nekomercijalni smještaj	6	19	0,71%
Objekt u domaćinstvu	5	8	0,30%
Kuća za odmor	44	116	4,36%
Privatni smještaj	11	65	2,44%
Apartmani i sobe	15	30	1,13%
Akademis	110	227	8,53%
pansion	13	23	0,86%
Apartman	59	169	6,35%
Sobe u domaćinstvu	12	24	0,90%
Turističko naselje	24	48	1,80%
Seljačko domaćinstvo	17	34	1,28%
robinsonski turizam	4	9	0,34%
Smještaj u domaćinstvu	15	36	1,35%
Studio apartman	4	9	0,34%
Agroturizam	12	28	1,05%
Gostionica sa smještajem	7	14	0,53%
Sobe	35	75	2,82%
<b>UKUPNO</b>	<b>1063</b>	<b>2661</b>	<b>100,00%</b>