

GODIŠNJE IZVJEŠĆE O RADU
S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM ZA 2015.GODINU

Veljača 2016.

SADRŽAJ:

UVOD	4
PRIHODI PO VRSTAMA	5
1. Prihodi od boravišne pristojbe	5
2. Prihodi od turističke članarine.....	5
3. Prihodi iz proračuna županije.....	5
3.1. za programske aktivnosti.....	5
3.2. za funkcioniranje turističkog ureda	6
4. Prihodi od drugih aktivnosti	6
5. Ostali nespomenuti prihodi.....	6
6. Priljev kamate	6
7. Prijenos prihoda prethodne godine	6
RASHODI PO VRSTAMA	7
I. ADMINISTRATIVNI RASHODI	7
1. Rashodi za radnike.....	7
2. Rashodi za ured	7
3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice.....	7
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI	8
1. Potpora događanjima	8
2. Potpora razvoju DMO-a.....	8
3. Potpora razvoju DMK-a	12
4. Projekt : Volim Hrvatsku	12
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI.....	12
1. Online komunikacije	12
1.1. Internet oglašavanje	12
1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	12
2. Offline komunikacije	13
2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora.....	13
2.2. Opće oglašavanje	14

2.2.1. Oglašavanje u tisku.....	14
2.2.2. TV oglašavanje.....	14
2.2.3. Vanjsko oglašavanje.....	15
2.3. Brošure i ostali tiskani materijali	15
2.4. Suveniri i promo materijali	16
2.5. Info table	16
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	17
1. Sajmovi.....	17
2. Studijska putovanja	17
3. Posebne prezentacije.....	18
V. INTERNI MARKETING.....	20
1. Edukacija	20
2. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije.....	21
3. Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)	21
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	21
1. Proizvodnja multimedijalnih materijala.....	22
2. Istraživanje tržišta	22
3. Formiranje baze podataka	22
4. Suradnja s međunarodnim institucijama	22
5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu.....	22
6. Jedinstveni turistički informacijski sustav	22
VII. POSEBNI PROGRAMI.....	23
1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	23
VIII. OSTALO	23
IX. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE.....	23
DODATAK 1.	24

UVOD

Izvešće o radu i financijskom poslovanju Turističke zajednice Požeško-slavonske županije za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2015.g. daje prikaz ostvarenih aktivnosti proizašlih iz usvojenog Programa rada za 2015.g. kao i odluka Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora Turističke zajednice.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u 2015. godini realizirala je osnovne programske zadatke. Godina je bila intenzivna u svim programskim dijelovima, a pojačane aktivnosti ostvarene su u promotivnim aktivnostima, te nastavku realizacije novih turističkih proizvoda.

Tijekom cijele 2015. godine Turistička zajednica Požeško-slavonske županije odradila je i niz tekućih aktivnosti u sustavu turističkih zajednica:

- ✓ prikupljanje, obrada i izvješćivanje o ostvarenju turističkog prometa na području Požeško-slavonske županije,
- ✓ analiza i praćenje naplate boravišne pristojbe i turističke članarine i analiza i praćenje realizacije financijskog plana za 2015. godinu,
- ✓ aktivnosti i poslovi prema nalogu Ministarstva turizma (prikupljanje i obrade anketa i podataka, sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i dr.),
- ✓ aktivnosti i poslovi prema nalogu Hrvatske turističke zajednice (prikupljanje i obrada anketa i podataka i dr.),
- ✓ aktivnosti i poslovi u dogovoru sa županijskim turističkim zajednicama klastera Slavonije,
- ✓ suradnja s lokalnim turističkim zajednicama na području Požeško-slavonske županije,
- ✓ i drugo.

U svom djelovanju Turistički ured Turističke zajednice Požeško-slavonske županije surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom i predstavništvima Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu, 6 turističkih zajednica gradova i općina, te koordinacijom županijskih turističkih zajednica klastera Slavonije, zatim s Ministarstvom turizma, Požeško-slavonskom županijom i HGK županijskom komorom Požega, Obrtničkom komorom, ostalim županijskim turističkim zajednicama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima, Veleučilištem u Požegi, subjektima koji se bave djelatnostima u turizmu i ugostiteljstvu na području Požeško-slavonske županije i drugima.

PRIHODI PO VRSTAMA

1. Prihodi od boravišne pristojbe

Boravišna pristojba prihod je turističkih zajednica. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije, kao i sve ostale turističke zajednice, boravišnu pristojbu koristila je za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada i financijskom planu za 2015.g.

Uplaćena sredstva boravišne pristojbe za područje djelovanja **TZG Požege** raspoređivala su se prema sljedećem rasporedu:

1. 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Požege,
2. **10% sredstava Turističkoj zajednici Požeško-slavonske županije,**
3. 25% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Iznimno za turističke zajednice općina i gradova koje ostvaruju bruto prihod manji od 200.000,00 kuna godišnje, a to se odnosi na **TZG Lipika, TZG Pakraca, TZG Kutjeva, TZO Velika,** boravišna pristojba raspoređivala se prema sljedećem rasporedu:

1. 80% turističkoj zajednici općine ili grada,
2. **20% Turističkoj zajednici Požeško-slavonske županije.**

Na području Općine Čaglin nije osnovana turistička zajednica, te su se uplaćena sredstva boravišne pristojbe raspoređivala na **50% turističkoj zajednici županije** i 50% Hrvatskoj turističkoj zajednici.

2. Prihodi od turističke članarine

Članarina je prihod turističkih zajednica, a raspoređivala se sukladno odredbama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. Obveznici plaćanja članarine su pravne i fizičke osobe koje obavljaju djelatnosti koje su raspoređene u tri skupine. Obveznici su plaćali članarinu ovisno o skupini u koju pripada njihova djelatnost i turističkom razredu (A,B,C i D) u koji se razvrstavaju turistička mjesta po svom značaju za turizam.

3. Prihodi iz proračuna županije

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije ostvarila je prihode iz proračuna jedinice regionalne samouprave, i to prihode za programske aktivnosti i za funkcioniranje turističkog ureda.

3.1. za programske aktivnosti

Za programske aktivnosti Turistička zajednica Požeško-slavonske županije iz proračuna regionalne samouprave ostvarila je prihode za financiranje projekata koji unapređuju i poboljšavaju uvjete boravka turista, te potiču razvoj svih oblika turizma i vrše prezentaciju i promociju turističke ponude Požeško-slavonske županije.

3.2. za funkcioniranje turističkog ureda

Za funkcioniranje ureda Turistička zajednica Požeško-slavonske županije iz proračuna regionalne samouprave ostvarila je prihode za financiranje plaće zaposlenika i svih ostalih izdataka turističkog ureda.

4. Prihodi od drugih aktivnosti

Pod ovom stavkom nalaze se prihodi od drugih aktivnosti, odnosno razne donacije.

5. Ostali nespomenuti prihodi

Pod ostale nespomenute prihode ubrajamo prihode koji su ostvareni kroz prijavljivanje projekata na natječaje Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice, te su isti bili namijenjeni za provedbu i realizaciju projekata.

Isto tako ovdje su iskazani prihodi, odnosno transferi sredstava od strane Hrvatske turističke zajednice za posebne prezentacije/sajmove, te udruženo oglašavanje.

6. Priljev kamate

Ovdje su evidentirani priljevi kamate na poslovnom računu Turističke zajednice Požeško-slavonske županije u 2015.g.

7. Prijenos prihoda prethodne godine

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije imala je prijenos viška prihoda iz 2014.g. Pod ovom stavkom bilježe se i povrati više plaćenih sredstava i/ili povrata akontacija i sl.

RASHODI PO VRSTAMA

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

U sklopu djelatnosti Turističkog ureda nastali su fiksni troškovi koji proizlaze iz redovnog djelovanja Turističkog ureda Turističke zajednice Požeško-slavonske županije i provođenja svih planiranih aktivnosti.

1. Rashodi za radnike

U Turističkom uredu Turističke zajednice Požeško-slavonske županije zaposlene su dvije osobe. Sukladno Pravilniku o ustrojstvu, radu, plaćama, naknadama plaća i drugim materijalnim pravima zaposlenika Turističke zajednice Požeško-slavonske županije, regulirana su prava zaposlenika, te ova stavka rashoda za radnike sadrži bruto plaće zaposlenih, ostale naknade zaposlenima (prijevoz) i troškove osiguranja.

2. Rashodi za ured

Sukladno Statutu Turističke zajednice Požeško-slavonske županije, Turistički ured obavljao je sve stručne, administrativne i knjigovodstvene poslove vezane uz djelatnost i zadaće, koje su propisane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Programom rada Turističke zajednice Požeško-slavonske županije i odlukama Turističkog vijeća. Osim planiranih aktivnosti Turistički ured odgovarao je i izvršavao sve zadatke i upite koji nastaju tijekom godine, a koje Programom rada nije moguće predvidjeti.

Ova stavka sadrži materijalne izdatke (uredski materijal, trošak reprezentacije, putne troškove i dnevnice, izdaci za reprezentaciju (suvenir), sitni inventar), izdatke za usluge (usluge telefona, pošte i prijevoz; usluge tekućeg održavanja; usluge raznih servisa; ostale intelektualne usluge – knjigovodstvo; ugovori o djelu), nematerijalne izdatke (bankovne usluge), te nabavku i održavanje opreme - uredski namještaj i tehnička oprema.

3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

Tijela Turističke zajednice Požeško-slavonske županije su Skupština, Turističko vijeće i Nadzorni odbor TZ Požeško-slavonske županije. Ova stavka sadrži troškove održavanja (administracije) sjednica tijela TZ Požeško-slavonske županije, te troškove povjerenstava koja se osnivaju sukladno provođenju pojedinih aktivnosti TZ Požeško-slavonske županije u kojima sudjeluju predstavnici brojnih institucija, odnosno stručnjaci na područjima svog djelovanja rada, radi uspješnije provedbe projekata. Pod ovom stavkom nalaze se i troškovi za sudjelovanje u radu članova tijela (troškovi prijevoza), te najam i troškovi hrane i pića (catering).

Sva tijela turističke zajednice obavljala su svoje zadaće propisane zakonom i u 2015. godini. U razdoblju siječanj-prosinac 2015.g., mandat 2014.-2018. održane su:

- **2 sjednice Skupštine** (2.sjednica - 25.ožujka; 3.sjednica -16.prosinca 2015.g.);

- **4 sjednice Turističkog vijeća** (1.sjednica - 25.veljače; 2.sjednica - 16.lipnja; 3.sjednica - 23.listopada; 4.sjednica - 16.prosinca 2015.g.);
- **2 sjednice Nadzornog odbora** (1.sjednica - 23.veljače; 2.sjednica - 22.listopada 2015.g.).

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Kao ključna komponenta marketinga ovdje se ističu povećani napori u razvoju proizvoda (dizajn vrijednosti). Ovdje se kroz potpore događanjima, potpore razvoju destinacijske menadžment organizacije (DMO), potpore razvoju destinacijske menadžment kompanije (DMK) radilo na isticanju događanja koja bude asocijaciju na ovo područje, osnaživanju lokalnih turističkih zajednica u upravljanju proizvodima sukladno predstojećim izmjenama zakona, te informiranju lokalnih turističkih zajednica, turističkih agencija i svih ostalih subjekata o natjecajima za potpore događanjima, edukacijama i projektima vezanim za razvoj DMO-a, te forumima vezanim za razvoj DMK-a.

1. Potpora događanjima

Na području Požeško-slavonske županije postoji duga tradicija održavanja manifestacija različitih profila i karaktera, u kojim se ogleda bogatstvo tradicije, folklor, običaja, povijesti i kulture. Istovremeno, tijekom proteklih desetak ili više godina na našem području uspostavio se i novi ciklus priredbi i manifestacija, koje svojim sadržajima, prilagođenim vremenu, okolnostima i potrebama znatno pridonose obogaćivanju turističke ponude.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije ovakve turističke sadržaje, financijski je podupirala u okviru svojih mogućnosti, te je podržala nastavak održavanja i rast takvih manifestacija, kao i trud brojnih organizacija i udruga koje nastoje obogatiti turističku ponudu svojim djelovanjem, te očuvati višegodišnju tradiciju održavanja manifestacija i priredbi. Na tome putu, TZ Požeško-slavonske županije organizatorima događanja/manifestacija pruža mogućnost promocije i oglašavanja njihovih događanja/manifestacija kroz kalendar događanja objavljen na web stranici www.tzzps.hr, te najavom istih na društvenim mrežama i u mobilnoj aplikaciji Panonia Tour, te promoviranjem događanja putem udruženog oglašavanja.

Putem udruženog oglašavanja i lokalne turističke zajednice su imale mogućnost promocije i oglašavanja događanja i manifestacija, gdje LTZ sufinanciraju troškove oglašavanja sa 20%, a Hrvatska turistička zajednica sa 80%.

2. Potpora razvoju DMO-a

Kroz rad na unapređenju destinacije TZ Požeško-slavonske županije pripremala je projektne programe i aplicirala iste na objavljene natječaje Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice. Isto tako informirala je lokalne turističke zajednice, turističke agencije i ostale subjekte o natjecajima, te su na području županije odobrena slijedeća sredstva:

➤ Ministarstvo turizma:

- Fond za razvoj turizam – Grad Požega – Thallerov ljekoviti hram 120.000,00 kn;
- Konkurentnost turističkog gospodarstva (mjera A3) – OPG Pilaš, Pleternica 30.000,00 kn;
- Promocija i jačanje kompetencija strukovnih zanimanja za turizam – Tehnička i obrtnička škola – projekt Aureus Mons 25.000,00 kn.

UKUPNO: 175.000,00 kn

➤ Hrvatska turistička zajednica:

- Kandidiranje projekata turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nerazvijenim područjima – odobreno OPG Pandžić Thomas Heinz - Jezero Zlatni lug-uređenje plaže 50.000,00 kn,
- Kandidiranje programa za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima – odobreno:
 - TZ Požeško-slavonske županije – Okusi Hrvatske tradicije – Okusi Zlatne doline 45.000,00 kn;
 - TZO Velika – dopuna i popravak turističke signalizacije na području Općine Velika 15.000,00 kn;
 - TZG Kutjevo - Turistička (smeđa) signalizacija na području Grada Kutjeva 20.000,00 kn,
- Potpore događanjima: LIDAS – Lipanjski Dani Amaterskog Stvaralaštva 20.000,00 kn; Aurea fest 2015. 20.000,00 kn.

UKUPNO: 170.000,00 kn

TZ Požeško-slavonske županije provodila je aktivnosti po pitanju realizacije projekta Okusi hrvatske tradicije – Okusi zlatne Slavonije. Od strane HTZ-a odobrena su sredstva u iznosu od **45.000,00 kn**, a u projekt se uključilo 8 ugostiteljskih objekata. Cijeli projekt Okusi zlatne Slavonije bio je opsežan i sadržavao je brojne aktivnosti:

1. Pravilnik i standardizacija – sačinjen je popis jela, utvrđeni su standardi, sačinjen je Pravilnik;
2. Obilježavanje – napravljeno je idejno rješenje vizualnog identiteta, te su nositelji standarda dobili table za vanjsko obilježavanje objekta;
3. Jelovnici – sadržajno su kreirani, oblikovani i izrađeni i dodijeljeni nositeljima standarda;
4. Izrađen je informativni letak;
5. Izrada video materijala nosioca standarda – produkcija;
6. Postavljanje nosioca standarda na portal www.okusi.hr (plan za 2016.g.);
7. Marketinške aktivnosti i propaganda (plan za 2016.g.);
8. Aktivnosti vezane za upravljanje projektom.

S obzirom da su nosioci standarda uvrstili tradicionalna jela u svoju ponudu, te su ona svakodnevno dostupna, sigurni smo da će se objekti sudionici u projektu naći u paket aranžmanima za gastro putovanja i izlete.

Odobreni iznos HTZ-a doznačen je nakon realizacije projekata.

2.1. Sufinanciranje projekata sustava TZ

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije pruža logističku podršku lokalnim turističkim zajednicama na području Požeško-slavonske županije, pri pripremanju natječajne dokumentacije i svim pitanjima koja se tiču samih projekata, realizacije projekata i slično. Isto tako kroz udruženo oglašavanje, LTZ su imale mogućnost oglašavanja manifestacija u omjeru 20% LTZ, 80% HTZ čime su smanjili svoje troškove oglašavanja manifestacija. Osim svakodnevne suradnje s lokalnim turističkim zajednicama, zbog interesa subjekata s područja Požeško-slavonske županije, TZ Požeško-slavonske županije član je Klastera "Slavonska košarica" iz Slavanskog Broda, kako bi pomogla proizvođačima proizvoda pri plasiranju i njihovoj prezentaciji proizvoda izvan granica Požeško-slavonske županije.

2.2. Potpora rada i razvoja vinskih cesta

Vinske ceste uključuju 60 subjekata (poduzetnika, obrtnika, OPG-a, dioničkih društava...) na području sva tri vinogorja u Požeško-slavonskoj županiji, gdje je Turistička zajednica Požeško-slavonske županije na web stranici www.slavonski-puti.hr objavila ponudu, kontakte, fotografije, poziciju na karti svakog pojedinog člana, a kroz nekoliko projekata radilo se na unapređenju stranice.

2.3. Novi turistički proizvodi

Novi turistički proizvodi su oni proizvodi koji se mogu kontinuirano komercijalno koristiti tijekom cijele turističke sezone i prvi put su uvedeni na tržište u tekućoj godini. TZ Požeško-slavonske županije napravila je slijed aktivnosti kako bi kreirala i realizirala nove turističke proizvode.

2.3.1. Slavonska korpa

Cilj projekta bio je povezati subjekte koji proizvode različite prehrambene proizvode, te uporabne predmete i slično, kako bismo na jednom mjestu dobili cjelokupnu ponudu domaćih proizvoda koji bi na taj način bili predstavljeni i promovirani, te dostupni zainteresiranim kupcima, turistima, posjetiteljima, kao i subjektima koji pružaju ugostiteljsko-turističke usluge i imaju potrebu za korištenjem domaćih proizvoda u sklopu svoje ponude.

2.3.2. Hike&Bike

Cikloturizam u Požeško-slavonskoj županiji kao selektivni oblik turizma dobiva sve više na važnosti. Mogućnosti i potencijala za daljnji razvoj cikloturizma ima u znatnoj mjeri. Požeško-slavonska županija obiluje ljepotama nedirnute prirode, gostoprimstvo lokalnog stanovništva pruža nezaboravan doživljaj, a ceste i staze za namjenu cikloturizma prilagođene su za rekreativne i profesionalne bicikliste, jer ovaj teren pruža vožnju ravnicom, brdskim usponima, šumovitim predjelima, ovisno o fizičkoj kondiciji svakog pojedinca i o njegovim željama i potrebama s obzirom na područje koje želi upoznati.

Projektom smo izradili interaktivnu kartu na web stranici, te u mobilnoj aplikaciji, gdje smo označili biciklističke i planinarske staze, dopunili funkcionalnosti mobilne aplikacije, te u 2015.g. napravili tiskane karte biciklističkih i planinarskih staza.

2.3.3. Okusi hrvatske tradicije – Okusi zlatne Slavonije

Nacionalna i lokalna gastronomija važan su dio identiteta zemlje, odnosno pojedinog područja. S obzirom na primarni proizvod i razlog dolaska turista, upravo je gastronomija uz vinsku ponudu najbolja pozivnica za istraživanje Požeško-slavonske županije.

Turistička ponuda subjekata koji djeluju na području turizma objavljena je na web stranici <http://www.tzzps.hr/>, te tematskoj stranici vinskih cesta <http://www.slavonski-puti.hr/> i svakodnevno smo radili promociju turističke ponude i sadržaja (na društvenim mrežama, kroz članke i objave na domaćem i inozemnom tržištu, najave, brošure, prezentacije i dr.)

Iako ovo područje baštini tradiciju vrhunskih namirnica i mnoštva gastronomskih delicija, nije dovoljno prepoznatljivo na gastro karti, takva ponuda nije dovoljno prezentirana i zastupljena u restoranima, te gosti ne poznaju sva kulinarska blaga ovog područja.

Time vođeni ušli smo u nacionalni projekt Okusi Hrvatske tradicije. Sadržaj projekta usmjeren je na razvoj ponude lokalnih jela, razvoj prepoznatljivosti, brendiranje i umrežavanje iste, te promociju i prezentaciju prema širem turističkom tržištu. Okusi i mirisi regionalnih i lokalnih kuhinja sve se više ističu kao vrijednost i kvaliteta turističke ponude, ali i kao sve značajniji motiv za putovanje i bitan element ocjene ukupnog zadovoljstva gosta turističkim odredištem. Bogatstvo gastronomije ovog područja i danas pruža mogućnost posjetiteljima da dožive okuse prošlih vremena, od domaćeg kruha iz krušne peći, preko vrhunskih mesnih proizvoda i prerađevina kao što su kulen, čvarci, sušena slanina, šunka, švargl; ribljih specijaliteta perkelt od soma, pastrva na žaru, fiš paprikaša; mesnih specijaliteta čobanac, sarma, sekeli gulaš, vinogradarski ćevap do slastica tačkrle, knedle, šmarn, štruce, štrudle... koji se danas poslužuju kao slavonski specijaliteti, ali i isprepliću sa specijalitetima kontinentalne i kreativne kuhinje današnjice.

Gradski muzej Požega započeo je projekt Muzej u loncu kao jedinstveno nastojanje da proučavajući nematerijalnu kulturnu baštinu, izvore i literaturu, rekonstruira i dokumentira zaboravljena jela Požege i Požeštine kao dijela Slavonije, o čijoj se tradicijskoj prehrani malo zna. Rezultate tih nastojanja u pitkim pričama i fotografijama procesa pripreme svakog jela objavljuju se redovito na web stranici www.muzejuloncu.com gdje Gradski muzej postaje virtualni muzej s neograničenim brojem posjetitelja.

Kako i Gradski muzej u Požegi proučava, prikuplja i istražuje autohtona i zaboravljena jela ovog područja, ovim projektom i zajedničkom suradnjom radilo se na očuvanju tradicijskih jela koja su oživjela kroz restoransku ponudu.

Uz odobrena sredstava od HTZ-a, realizirali smo **I. fazu** projekta koja je sadržavala slijedeće aktivnosti i troškove:

1. Izrada Pravilnika i utvrđivanje standarda, izrada popisa jela,
2. Izrada vizualnog identiteta vanjskog obilježja za objekte sudionike u projektu,
3. Sadržajno kreiranje jelovnika i oblikovanje,
4. Priprema i oblikovanje promocijskog teksta i promotivnog letka,
5. Marketing i propaganda - predstavljanje projekta javnosti i svečana dodjela standarda,
6. Snimanje promotivnih materijala (video materijal i fotografije) u objektima nosiocima standarda,

7. Administrativni troškovi vezani za realizaciju projekta (putni troškovi i troškovi organizacije sastanaka).

3. Potpora razvoju DMK-a

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije je sukladno upitima Hrvatske turističke zajednice pomogla pri identifikaciji potencijalnih kandidata za sudjelovanje na seminarima i forumima za mogućnost razvoja lokalnih destinacijskih proizvoda kroz destinacijske menadžment kompanije (DMK).

4. Projekt : Volim Hrvatsku

Projekt Volim Hrvatsku je ekološko-edukativna akcija koja se od strane Hrvatske turističke zajednice nije provodila u 2015.g., te nismo imali aktivnosti vezane za provedbu natječaja u dječjim vrtićima i osnovnim školama.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Komunikacija vrijednosti podijeljena je na Online komunikacije i Offline komunikacije s time da se veći naglasak stavlja na Online komunikacije.

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje

Po uzoru na Hrvatsku turističku zajednicu koja upotrebljava slijedeće kanale: različite društvene mreže, YouTube kanal, geolokacijske portale, portale za upravljanje i dijeljenje fotografija i prikaz na portalima, te njenoj povećanoj prisutnost na društvenim mrežama, idealnim za poruke o pred i post sezoni kao i/ili kontinentalnim destinacijama, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije koristila je društvene mreže, te vlastitu web stranicu za predstavljanje turističke ponude županije. Kao indikatore uspješnosti pratili smo povećanje broja jedinstvenih posjeta na Internet stranici TZ Požeško-slavonske županije, putem Google Analytics alata, radili na poboljšanom pozicioniranju Internet stranice na pretraživačima putem SEO aktivnosti, pratili aktivnosti na društvenim mrežama (like-ovi, komentari, postovi, itd.) i činili napore putem navedenih web 2.0 alata za povećanjem interaktivnosti, te pratili povećanje click through pokazatelja.

1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama

Oblikovanje Internet stranica kvalitetnog višejezičnog sadržaja sa izravnim i konkretnim informacijama o destinaciji bitan su element koji prvi virtualni kontakt sa nekim krajem može pretvoriti u izlet, posjet ili boravak u tom području.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije radila je na održavanju Internet stranica www.tzzps.hr i www.slavonski-puti.hr (usluge najma web poslužitelja, redovito održavanje, nadogradnja programskog koda, itd.). Nadogradnja Internet stranica važna je za bolje praćenje korisnika, brže pretraživanje sadržaja i uređivanje dizajna Internet stranica.

Dosadašnji pokazatelji govore o povećanju posjeta na stranici Turističke zajednice Požeško-slavonske županije koja pruža cjeloviti pregled turističke ponude po kategorijama, svakodnevno donosi novosti, pruža brojne korisne informacije i ostalo vezano za sve vidove turizma, a zaposlenici Turističkog ureda sami unose na dnevnoj bazi sve dopune i promjene na Internet stranicu koje mogu pridonijeti većem interesu javnosti i boljoj posjećenosti naše županije.

U razdoblju od 01.siječnja do 31.prosinca 2015.g. web portal www.tzzps.hr posjetilo je 41.148 posjetitelja (30.590 novih posjetitelja). Prema statistici broj pregleda stranice iznosi 111.495 puta (najviše događanja, smještaj, eno-gastro ponuda, atrakcije). 87% posjeta dolazi s područja Hrvatske (36.046), a zatim slijede Njemačka (637), Slovenija (625), Bosna i Hercegovina (471), Srbija (422) i dr. Web portal dostupan je na engleskom i njemačkom jeziku.

Obje web stranice su povezane s društvenim mrežama.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije poduzela je sve aktivnosti kako bi održavala navedene dvije stranice i kako bi uspješno upravljala njima.

2. Offline komunikacije

Offline komunikacije su oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, opća oglašavanja, brošure i ostali tiskani materijali, suveniri i promo materijali, te info table.

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Udruženo oglašavanje podrazumijeva zajedničku promociju privatnog i javnog turističkog sektora. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prijavila se na natječaj za udruženo oglašavanje u 2015. godini putem tiskovnih medija, televizije, radija, Interneta i plakatiranja, kojeg objavljuje Hrvatska turistička zajednica koja planira udruživanja sa sustavom turističkih zajednica, gospodarskim subjektima i organizatorima putovanja.

U prvom tromjesečju realizirana je kampanja u iznosu od **39.631,25 kn**, od kojeg je HTZ snosio **31.705,00 kn**, a TZ Požeško-slavonske županije **7.926,25 kn**: Grafo I – plakati; UDO Reklame - plakati; Soundset radio – oglašavanje događanja u siječnju; Hot Spots i net.hr portali – promotivni članci.

U drugom tromjesečju realizirana je kampanja u iznosu od **59.335,90 kn**, od kojeg je HTZ snosio **47.468,72 kn**, a TZ Požeško-slavonske županije **11.867,18 kn**: Hot Spots i net.hr portali – promotivni članci; magazin Tip Travel svibanj-srpanj – članak; Dnevnik (Slovenija) – članak u prilogu novina pod nazivom Hrvaška – travanj 2015.g., banner na web stranici Dnevnika (08.05.-22.05.2015.), članak u prilogu Nika – svibanj 2015.; Drap d.o.o. – kampanja na facebook profilu, period oglašavanja 01.05.-30.06.2015.; Soundset radio – oglašavanje događanja u svibnju i lipnju; Slobodna Dalmacija, prilog Ljepote ruralne Hrvatske – travanj 2015.; Mreža TV – prilog, predstavljanje Požeško-slavonske županije; Kruna marketing – plakati.

U završnom dijelu udruženog oglašavanja od srpnja do prosinca realizirana je kampanja u iznosu **29.120,00 kn**, od kojeg je HTZ snosio **20.826,28 kn**, a TZ Požeško-slavonske županije **8.293,72 kn**: Foto imago – video i emitiranje; Poljoprivredna TV – video i emitiranje; Soundset radio – oglašavanje događanja, Udo reklame i Grafo I plakatiranje.

U 2015.g. realizirana je kampanja u ukupnom iznosu od **128.087,15 kn**, od kojega HTZ snosio **100.000,00 kn** (78%), a TZ Požeško-slavonske županije **28.087,15 kn** (22%).

TZ Požeško-slavonske županije	Hrvatska turistička zajednica (78%) – 100.000,00 kn TZ Požeško-slavonske županije (22%) – 28.087,15 kn UKUPNO(100%) - 128.087,15 kn
-------------------------------	--

Osim navedenih članke o turističkoj ponudi objavljuje i Hrvatska turistička zajednica kao i brojni drugi web portali, kojima redovito dostavljamo materijale o turističkoj ponudi, turističkim sadržajima, događanjima, te ustupamo fotografije na korištenje u svrhu promocije.

2.2. Opće oglašavanje

Oglašavanje na lokalnim radio postajama (čija je slušanost nadrasla lokalne okvire) i u programima na nacionalnim frekvencijama, te predstavljanje turističkih karakteristika ili pojedinih lokaliteta i programa u lokalnom i regionalnom tisku, časopisima s područja turizma, vodičima i turističkim katalozima predstavlja izravan oblik informacije o turističkom proizvodu ili području, koji daje konkretne rezultate.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije potiče i ostvaruje suradnju s raznim subjektima vezano za objavljivanje članaka i priloga o turističkoj ponudi, te je turistička ponuda Požeško-slavonske županije predstavljena u nizu publikacija, TV emisija i web portala, radio emisija i dr.

2.2.1. Oglašavanje u tisku

Oglašavanje u tisku je tematizirano, putem njega dolazi do predstavljanja turističkih karakteristika ili pojedinih lokaliteta i programa u lokalnom i regionalnom tisku, časopisima s područja turizma, vodičima i turističkim katalozima što je izravan oblik informacije o turističkom proizvodu ili području. Članke o turističkoj ponudi objavljuje i Hrvatska turistička zajednica kao i brojni web portali.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije otvorena je za suradnju i nastaviti će dobru suradnju sa brojnim novinarima i urednicima novina, časopisa, vodiča i kataloga u okviru financijskih mogućnosti i po ocjeni važnosti i značaja koji će doprinijeti oglašavanje u tisku.

2.2.2. TV oglašavanje

Zbog nedostatnih financijskih sredstava nismo bili u prilici jače se oglašavati putem TV oglašavanja koja iziskuju velika novčana sredstva. U planu je objavljivati reportaže o turističkoj ponudi Požeško-slavonske županije na TV kanalima regionalnih TV kuća u selektivnim emisijama (Slavonskobrodska TV, Vinkovačka TV, HTV studio Bjelovar...) kako bismo privukli posjetitelje

iz obližnjih županija, odnosno gradova koji su dobro povezani sa našom županijom, te bi dolazili automobilima na izlete i slično.

2.2.3. Vanjsko oglašavanje

Vanjsko oglašavanje uključuje jumbo postere, billboarde, city lights, itd. sa ciljem povećanja pozitivnih emocija o županiji.

2.3. Brošure i ostali tiskani materijali

Zbog velike potražnje i potrebe za dopunom turističke ponude (sadržaja) u 2015.g. radili smo dotisak brošure Zlatna Slavonija u kojoj je prezentirana cjelokupna turistička ponuda ovog kraja. U brošuri se nalaze detaljne informacije i kontakti o pružateljima turističkih usluga i proizvoda, smještajnim kapacitetima, a prezentirana je kulturna i prirodna baština našega kraja, eno-gastronomija, te sportski i rekreacijski sadržaji. Na zadnjim koricama nalazi se i karta županije s naznačenim lokacijama pružatelja turističkih usluga i proizvoda, a uz hrvatski, prevedena je na engleski i njemački jezik. Za sam dotisak brošure prikupljene su tri ponude, te je prihvaćena najjeftinija ponuda. Brošura je dostupna u tiskanom i digitalnom obliku.

2.3.1. Multimedija i e-brošure

Na web stranici www.tzzps.hr pod kategorijom Multimedija objavili smo promo video "U zagrljaju Požeško-slavonske županije", brošure "Slavonska paleta" i "Zlatna Slavonija", video "Slavonija", virtualne šetnje i panoramske snimke turističkih odredišta unutar Požeško-slavonske županije, te najnovije tri karte biciklističkih i planinarskih staza koje se nalaze kao u pdf. obliku tako i u potpunom digitalnom obliku na interaktivnoj karti na web-u i mobilnoj aplikaciji. Ovdje se nalaze i brojni tematski video materijali: Avantura 4x4 Psunj, Požeške razglednice, Požeška berba, Europsko prvenstvo u 3D streličarstvu, te video o lovnom turizmu u izradi njemačkog magazina Halali.

2.3.2. Biciklističko-turistička karta

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prikupljala je podatke vezane uz biciklističke staze, njihovu lokaciju, uređenje s namjerom izrade karte. Biciklističko-turistička karta je karta Požeško-slavonske županije sa ucrtanim biciklističkim i planinarskim stazama. Karta je podijeljena na tri područja, odnosno kako su staze tematizirane, podijeljena je prema Vinogorjima te na taj način obuhvaća područje cijele županije. Spomenute tri karte sadržavaju turističku ponudu podijeljenu po kategorijama (znamenitosti, smještaj, restorani, vinarije, OPG proizvodi i dr.).

2.3.3. Gastro brošura

Ideja o nastanku ove brošure temeljena je na Pravilniku o hrvatskoj autohtonoj kuhinji donesenom od strane Ministarstva turizma, a sadržavala bi jela tradicionalne kuhinje s područja Požeško-slavonske županije u kombinaciji sa poznatim vinima iz Zlatne doline. Za tu svrhu

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prikupljala je podatke o pružateljima gastronomskih usluga i njihovoj ponudi.

2.3.4. Doprint kataloga "Slavonska paleta"

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije tijekom 2015.g. nije radila doprint brošure Slavonska paleta u kojoj se nalaze suveniri s područja Požeško-slavonske županije, a brošura je dostupna i u digitalnom obliku na web stranici www.tzzps.hr. U brošuri "Slavonska paleta" nalaze se 42 suvenira sa etno tematikom. Ovaj materijal je prijeko potreban kako bi prezentirao Požeško-slavonsku županiju, te budio asocijaciju na nju, kroz jedinstvenu očuvanu živuću baštinu.

2.3.5. Promotivni materijali TZ PSŽ

Plakati, panoji, odnosno banneri (tematski), fotografsko snimanje, arhiviranje i prezentiranje fotografskog materijala sa cijelog područja naše županije spada u trajnu promotivnu zadaću.

2.3.6. Izrada skupnih promotivnih materijala

Za svrhu izrade skupnih promotivnih materijala Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prikupljala je podatke o cjelokupnoj turističkoj ponudi koja je podijeljena po tematskim kategorijama na web stranici www.tzzps.hr i mobilnoj aplikaciji Panonia Tour.

2.4. Suveniri i promo materijali

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije osigurala je majice, vrećice i ostali promotivni materijal kako bi imala promotivne materijale koji će se koristiti prilikom promocije i predstavljanja na sajmovima, kao nagrade za sudjelovanje subjekata u nagradnim igrama ili natjecanjima objavljenim od strane Turističke zajednice Požeško-slavonske županije i slično.

2.5. Info table

Info table su važan i bitan segment predstavljanja pojedine destinacije. One su prvi kontakt posjetitelja i turista sa pojedinom znamenitosti ili pružateljem usluga, jer pomažu turistima i posjetiteljima u snalaženju u prostoru i pronalaženju ciljanog odredišta ili dovođenju turista i posjetitelja koji se slučajno zateknu na području, a zainteresiraju se za neki subjekt prilikom viđenja same table, znaka.

Tijekom 2013.g. postavljena je smeđa signalizacija na području Općine Velika i Općine Kaptol, u 2014.g. na području Općine Brestovac, Općine Čaglin, Općine Jakšić, Grada Lipika, Grada Pleternice, Grada Pakraca i Grada Kutjeva, te u 2015.g. na području Grada Požege.

Sve jedinice lokalne samouprave dobile su Odluku o vlasništvu nad znakovima smeđe signalizacije, radi daljnje nabave preostalih znakova, vođenja evidencije o postavljenim znakovima i promjena na terenu, te radi održavanja samih znakova.

TZ Požeško-slavonske županije završetkom postavljanja smeđe signalizacije za područje Grada Požege, zaključno je izradila elaborate za sve jedinice lokalne samouprave, po kojima se mogu naručiti znakovi koji nisu ulazili u financirani dio od strane TZ PSŽ (70 znakova po JLS), te postavila 700 znakova smeđe signalizacije na području Požeško-slavonske županije.

Izrađeni elaborati iziskivali su troškove koje su besplatno odradili Zavod za prostorno uređenje i Županijska uprava za ceste Požeško-slavonske županije kako bi se sva dobivena sredstva utrošila na izradu i postavljanje znakova.

S obzirom da je od 2013.g. nabavka dodatne smeđe signalizacije omogućena samo lokalnim turističkim zajednicama, za sve subjekte koji nisu dosad označeni, upozorili smo lokalne turističke zajednice da apliciraju na natječaj Hrvatske turističke zajednice za izradu i nabavu znakova turističke/smeđe signalizacije, te su u 2015.g. sredstva za dopunu i popravak znakova ostvarile TZO Velika i TZG Kutjevo.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi

Samostalno, posredstvom ili u suradnji s različitim odjelima Požeško-slavonske županije, gradovima i općinama, institucijama, ustanovama ili udrugama s područja županije, ili pak sa srodnim sustavima poput Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske obrtničke komore, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije predstavila je turističku ponudu Požeško-slavonske županije putem promotivnih materijala na sajmovima, poslovnim radionicama i prezentacijama. Isto tako Turistička zajednica Požeško-slavonske županije obavještavala je sve subjekte koji se bave pružanjem ugostiteljskih i turističkih usluga ili posreduju kod istih, o održavanjima sajmova, te mogućnosti i načinu sudjelovanja svih potencijalno zainteresiranih subjekata, ovisno o tematici sajma, odnosno poslovne radionice, u zemlji i inozemstvu kako bi predstavili svoje proizvode i usluge.

2. Studijska putovanja

Studijska putovanja Hrvatske turističke zajednice organizirana su u suradnji sa inozemnim turoperatorima i njihovim domaćim partnerima. Sukladno planu HTZ za profesionalizacijom studijskih putovanja i organizacije radionica ("Buy Croatia"), gdje žele postići veću posjećenost radionicama od strane lokalnih turističkih subjekata, omogućiti atraktivan program aktivnosti i iskustava, veću involviranost i suradnja privatnog sektora, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije uključila se u provedbu planiranih studijskih putovanja na području naše županije, te u informiranje subjekata o mogućnosti sudjelovanja na radionicama "Buy Croatia".

U svrhu promocije ali i izravnog upoznavanja s turističkim atrakcijama i karakteristikama prostora Požeško-slavonske županije, a u suradnji s Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice, organizirali smo studijska putovanja po naknadno utvrđenom itinereru i terminu. Studijska putovanja bila su prvenstveno namijenjena turističkim novinarima i predstavnicima turističkih agencija.

TZ Požeško-slavonske županije putem organiziranja studijskih putovanja za domaće i strane novinare, djeluje u vidu promocije i prezentacije turističke ponude županije, pri čemu predstavnici medija stvaraju reportaže o doživljenome, bivaju im predstavljene atrakcije i zanimljivosti, gastronomija/enologija i kultura, sve kako bi svoje slušatelje, gledatelje i čitatelje upoznali s turističkom ponudom destinacija koje nisu dovoljno prisutne u medijima, te ih potakli i pozvali na dolazak u pojedinu turističku destinaciju.

- Studijsko putovanje stranih novinara
 - 4 američka novinara – 14.-16.10. 2015. (Zlatni lug, Park prirode Papuk, Kutjevo d.d., Schon Blick, razgled grada Požege);
 - 2 danska novinara – 19.-21.11.2015. – lov u organizaciji Lovačkog saveza Požeško-slavonske županije (Vila Stanišić, Čiča Mata, Park prirode Papuk, Vinarija Bartolović, streljana u Bzenici).
- Studijsko putovanje HTZ-a
 - na osnovu poziva i organizaciju HTZ-a TZ Požeško-slavonske županije sudjelovala je posjetu regiji Trentino Alto Adige u Italiji od 05. do 07. listopada 2015.g. Cilj studijskog putovanja bilo je upoznavanje s pozitivnim iskustvima razvoja turizma regije Trentino Alto Adige (pokrajine Alto Adige i Trento) s naglaskom na razvoj programa gastro i eno turizma, cikloturizma i wellnessa.

3. Posebne prezentacije

Pod posebnim prezentacijama nalaze se vanjske i unutarnje prezentacije koje provodimo samostalno i/ili u suradnji s TZŽ klastera Slavonije, te Dani hrvatskog turizma i Poslovno turistička burza.

3.1. Vanjske prezentacije

U 2015.g. samostalno i u suradnji s županijskim turističkim zajednicama s područja Slavonije, održane su slijedeće prezentacije:

- Posebna prezentacija u Sloveniji

TZ Požeško-slavonske županije u suradnji s TZ Osječko-baranjske, TZ Vukovarsko-srijemske, i TZ Virovitičko-podravске županije održala je dana 31.ožujka 2015.g. posebnu prezentaciju u prostorijama Predstavništva HTZ-a u Ljubljani (Slovenija). Tom prilikom županijske turističke zajednice upoznale su slovenske novinare s turističkom ponudom pojedine županije, te su u sklopu prezentacije novinari imali priliku degustirati delicije s područja Slavonije. Organizaciju i trošak realizacije prezentacije sufinancirao je HTZ u 75%-om iznosu.
- Posebna prezentacija u Njemačkoj

Dana 10.travnja 2015.g. TZ Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske, Virovitičko-podravska i Požeško-slavonske županije održale su posebnu prezentaciju u Presse club-u na Marineplatzu u Münchenu (Njemačka). Županijske turističke zajednice održale su prezentaciju pred novinarima, te predstavili turističku ponudu i sadržaje pojedine županije. Novinari su u

sklopu prezentacije imali priliku degustirati delicije s područja Slavonije. Organizaciju i trošak realizacije prezentacije sufinancirao je HTZ u 75%-om iznosu.

➤ Posebna prezentacija i sudjelovanje na sajmu u Italiji

TZ Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske, Virovitičko-podravsko i Požeško-slavonske županije održale su dana 10.lipnja 2015.g. posebnu prezentaciju u Rimu (Italija) u suradnji s Veleposlanstvom RH, te sudjelovale na sajmu Vinoforum. Novinari su u sklopu prezentacije imali priliku degustirati delicije s područja Slavonije, a na sajmu Vinoforum prezentirana su vina s područja Slavonije. Organizaciju i trošak realizacije prezentacije sufinancirao je HTZ u 75%-om iznosu.

➤ Posebna prezentacija u Austriji

Dana 20.listopada 2015.g. TZ Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske, Virovitičko-podravsko i Požeško-slavonske županije održale su posebnu prezentaciju u Beču (Austrija). U sklopu prezentacije za novinare predstavljeni su turistički sadržaji i ponuda pojedine županije. Novinari su imali priliku degustirati delicije s područja Slavonije. Organizaciju i trošak realizacije prezentacije sufinancirao je HTZ u 75%-om iznosu.

3.2. Unutarnje prezentacije

➤ Posebna prezentacija u Zagrebu

Dana 26.svibnja 2015.g. TZ Požeško-slavonske županije održala je posebnu prezentaciju, predstavljanje Požeško-slavonske županije u Arheološkom muzeju u Zagrebu. Na prezentaciji su bili predstavljeni proizvođači domaćih delicija s područja Požeško-slavonske županije. Organizaciju i trošak realizacije prezentacije sufinancirao je HTZ u 50%-om iznosu.

U rujnu su prema Hrvatskoj turističkoj zajednici poslane kandidature za posebne prezentacije i sajmove u 2016.g.

3.3. Dani hrvatskog turizma

TZ Požeško-slavonske županije podnijela je kandidaturu za nekoliko godišnjih turističkih nagrada prema Hrvatskog turističkog zajednici koje su dodijeljene na Danima turizma 13. i 14.listopada u Poreču. Nagrade su dobili:

- za djelatnicu godine u kategoriji djelatnika u objektu kulturnog nasljeđa - Maja Žepčević Matić, ravnateljica Gradskog muzeja Požega;
- priznanje za osvojeno treće mjesto na natječaju "Promocija i jačanje kompetencija strukovnih zanimanja za turizam" - Tehnička škola Požega u partnerstvu s obrtničkom školom Požega za projekt „Aureus Mons“;
- na Nacionalnom forumu obiteljskog smještaja u kategoriji Okusi Hrvatske najbolje seosko domaćinstvo – treće mjesto Zlatni lug, Požega.

3.4. Poslovno turistička burza

TZ Požeško-slavonske županije kandidirala je nekoliko atrakcija s područja Požeško-slavonske županije na natječaj za dobitnika nagrade Simply the best. Simply the best nagrade

dodjeljuje Udruga hrvatskih putničkih agencija i časopis Way to Croatia za kreativan razvoj turističkih proizvoda, te oblikovanje i unapređenje sadržaja turističke ponude u nekoliko kategorija.

U kategoriji Ugostiteljski objekti – Objekt ruralnog turizma – izletišta priznanje s brončanim znakom za kvalitetu usluge i kreativan pristup razvoju sadržaja turističke ponude lokalne zajednice dobio je Zlatni lug, Donji Emovci, Požega.

Nagrade su dodijeljene u sklopu poslovno turističke burze koja se održala u Trakošćanu od 24. – 26. studenog 2015.g.

V. INTERNI MARKETING

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije sudjelovala je aktivno u radu koordinacija sustava turističkih zajednica na regionalnoj i nacionalnoj razini, te je na koordinacijama direktora TZ gradova i općina dogovarala aktivnosti, te pratila kretanja i promjene vezane za razvoj turizma na području županije. Komunikacija se razvijala i sa subjektima koji pružaju ugostiteljske i turističke usluge, kako bi se aktivnosti i projekti Turističke zajednice Požeško-slavonske županije usuglasili i s njihovim radom i djelovanjem, a zajednički u granicama svojih mogućnosti utjecali na poboljšanje uvjeta za rast i razvoj cjelokupne turističke ponude. Požeško-slavonska županija ostaje strateški partner za osiguranje preduvjeta za jačanje i razvoj turizma u županiji.

1. Edukacija

Edukacija zaposlenih djelatnika jedna je od osnovnih potreba za uspješnost provedbe svakog programa i projekta.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije sudjelovala je na seminaru na temu Hrvatskog turizma kroz EU fondove u financijskoj perspektivi 2014.-2020.g., te edukaciji o novom informacijskom sustavu za prijavu i odjavu turista (e Visitor), gdje su turističke zajednice obvezane u sustav unositi podatke, te pratiti stanje turističkog prometa i naplate boravišne pristojbe.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije sudjelovala je u različitim edukacijskim aktivnostima poput koordinacija, radionica, foruma, edukativnih seminara i okruglih stolova.

Radionica o mogućnostima otvaranja i razvoja malih kampova

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u suradnji s Kamping udruženjem Hrvatske (KUH) i podršku Hrvatske gospodarske komore – Županijske komore Požega organizirala je radionicu na temu Mogućnosti otvaranja i razvoja malih kampova u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske, koja je održana 17. studenog 2015.g.

Radionici su prisustvovali potencijalno zainteresirani poduzetnici za otvaranjem kampova i kamp odmorišta, te djelatnici stručnih služba gradova i županije koji su se upoznali s mogućnostima i načinom otvaranja malih kampova.

Osnovni cilj radionica bio je dati pregled informacija iz segmenta otvaranja i poslovanja manjih kampova i kamp odmorišta, kao što su značaj kampinga u Hrvatskoj, razvojni trendovi u kampingu, zakonske mogućnosti za otvaranje, razvoj kampa i financijski aspekti.

2. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije tijekom 2015.g. održavala je koordinacije turističkih zajednica na području županije na kojima se dogovaraju aktivnosti, te se prate kretanja i promjene vezane za razvoj turizma na području županije.

Isto tako ostvarena je koordinacija s lokalnim turističkim zajednicama oko unosa podataka o turističkom prometu, podnošenja kandidature za PPS područje, prikupljanja podataka i sačinjavanja izvješća vezanih za naplatu boravišne pristojbe u 2015.g., kandidiranja i realizacije projekata, uvođenja novog sustava eVisitor za prijavu i odjavu turista i dr.

Vezano za nadzor sustava turističkih zajednica na području županije, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije poduzimala je aktivnosti kako bi sve lokalne turističke zajednice pravovremeno bile upućene u sve obveze i svu dokumentaciju koju su obavezne redovito prikupljati, analizirati i dostavljati, te nastavno na neizvršavanje navedenih radnji od strane TZO/TZG, sukladno zakonskim odredbama provoditi nadzor u istima.

Koordinacija TZ služi tome da nadzor od strane MINT-a i HTZ-a bude uspješan.

3. Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)

3.1. Volim Hrvatsku

Projekt Volim Hrvatsku je ekološko-edukativna akcija koja se od strane Hrvatske turističke zajednice nije provodila u 2015.g., te nismo imali aktivnosti vezane za provedbu natječaja u dječjim vrtićima i osnovnim školama.

3.2. Ostale nagrade i priznanja

Ovdje smo predvidjeli sve nagrade i priznanja koja bismo dodjeljivali iz akcija koje sami osmislimo i provodimo, kao i nagrade za povjerenstva koja sudjeluju pri odabiru najboljih i najkvalitetnijih.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Jedna od primarnih zadaća Turističke zajednice Požeško-slavonske županije je suradnja s institucijama, ustanovama, udrugama, tvrtkama i pojedincima u svrhu poboljšanja kvalitete i proširenja turističke ponude. Kontinuirano evidentiranje i praćenje svih kretanja na području turizma i na području s turizmom povezanih djelatnosti u svrhu ostvarivanja usklađenosti turističkih projekata i aktivnosti s ukupnim aktivnostima u svrhu razvoja turizma, te posebice praćenje novih turističkih proizvoda svakodnevni je posao Turističke zajednice Požeško-slavonske županije.

Nastavak rada na upotpunjavanju baze fotografskih i tekstualnih podataka odvijao se sukladno potrebama u kontekstu realizacije pojedinih programskih zadataka i provođenja projekata.

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

U multimedijalne sadržaje ubrajaju se filmovi, video snimci, spotovi, Internet stranica, društvena mreža, a u okviru ove aktivnosti vrši se i priprema za nove elektroničke brošure, letke, postere, karte, itd. (grafička priprema, prijevodi, ažuriranje). Turistička zajednica Požeško-slavonske županije radila je na učinkovitijoj online komunikaciji, gdje nastoji sve turističke sadržaje učiniti što dostupnijima krajnjim korisnicima.

2. Istraživanje tržišta

S obzirom na planove HTZ-a o poboljšanom sustavu informiranja kojim započinje prikupljanje relevantnih i svježih informacija o turističkom sustavu Hrvatske (potražnja, ponuda, konkurencija, posrednici, itd.) kao i ostalih informacija važnih za razvoj i promociju turizma u cjelini i/ili pojedinih proizvoda, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije uključila se u aktivnosti oko istraživanja tržišta.

3. Formiranje baze podataka

Prilikom redizajniranja i ažuriranja Internet stranice Turističke zajednice Požeško-slavonske županije imali smo bazu podataka turističke ponude koja je sadržavala podatke o znamenitostima, kulturi i umjetnosti, pružateljima usluga sportsko-rekreativnih aktivnosti, pružateljima usluga hrane i pića (restorani, barovi, kušaonice), vinarima, te proizvođačima OPG i eko proizvoda. Navedenu bazu smo nadogradili i podijelili u nekoliko kategorija, te smo svakodnevno u mogućnosti promijeniti sadržaj o turističkim subjektima ili unijeti nove turističke subjekte u bazu podataka.

4. Suradnja s međunarodnim institucijama

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u suradnji s klasterom Slavonija ostvaruje suradnju s međunarodnim institucijama, bilo prilikom predstavljanja i prezentacije regije Slavonija, bilo prilikom ostvarivanja suradnje oko provedbe projekata i slično.

5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije posjeduje bazu fotografija koja se redovito dopunjava novim fotografijama, te će istu koristiti prilikom izdavanja tiskanih materijala.

6. Jedinstveni turistički informacijski sustav

S obzirom na kreiranje uniformnog informacijskog sustava od strane HTZ-a za prijavu/odjavu turista, te kreiranje uniformnog informacijskog sustava za praćenje, prikupljanje i distribuciju uplata boravišne pristojbe, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije poduzela

je sve aktivnosti oko informiranje LTZ, a dotad izvršava i izvršavati će svoje obaveze prikupljanja podataka, izrade i grupiranja različitih statističkih podataka i ostalo.

VII. POSEBNI PROGRAMI

1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena

Planiran je efikasniji sustav potpore gdje je financijska pomoć usmjerena na područja sa najvećim potencijalom za razvoj (potencijal se može tehnički odrediti analizom turističkih resursa i atrakcija regije, ponude usluga u smještajnim kapacitetima, restoranima, trgovinama, kao i analizom uvjeta dostupnosti, pamtljivosti turističkih doživljaja koji se u destinaciji mogu doživjeti, razine "pozitivnih" asocijacija na regiju, nastojanja kompanija za razvoj turizma, itd.), gdje Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prati i pravovremeno prijavljuje projekte, kao i informira LTZ i sve subjekte koji obavljaju djelatnosti indirektno ili direktno povezane sa turizmom, a udovoljavaju uvjetima objavljenih natječaja o mogućnosti prijavljivanja na natječaje.

VIII. OSTALO

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije sudjeluje u izradi planova razvoja turizma, strateških marketinških planova i ostalih dokumenata, te prikupljanju podataka.

IX. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE

Manjka nije bilo.

DODATAK 1.

Podaci o turističkom prometu u 2015.godini

Turistički promet u razdoblju siječanj-prosinac 2015.

TZ Požeško-slavonske županije evidentirala je za razdoblje siječanj-prosinac 2015.godine **11137 dolazaka** što je povećanje za **1%** u odnosu na isto razdoblje 2014.g. (11032 dolaska), te **27586 noćenja** što je smanjenje za **1%** u odnosu na isto razdoblje 2014.g. (27889 noćenja).

Domaći turisti ostvarili su **8579** dolazaka, te **21196** noćenja (77% ukupnih noćenja), dok je zabilježeno **2558** dolazaka **stranih turista** koji su ostvarili **6390** noćenja (23% ukupnih noćenja).

Ukupan broj **dolazaka** turista u razdoblju siječanj-prosinac 2015.g. povećan je za **1%** nego u istom razdoblju 2014.g., gdje su domaći dolasci smanjeni za **4%**, a dolasci stranih turista povećani za **20%**.

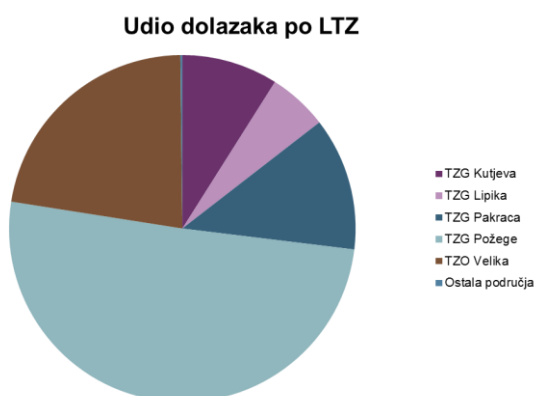
Ukupan broj **noćenja** u razdoblju siječanj-prosinac 2015.godine u usporedbi s razdobljem siječanj-prosinac 2014.g., smanjen je za **1%** pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju smanjena za **5%**, dok su strana noćenja povećana za **17%**.

Siječanj - prosinac 2015.					
			2015.g.	2014.g.	postotak
Kutjevo	dolasci	domaći	807	1101	smnjenje za 27%
		strani	193	184	povećanje za 5%
	UKUPNO		1000	1285	smnjenje za 22%
	noćenja	domaći	1449	3095	smnjenje za 53%
		strani	287	312	smnjenje za 8%
	UKUPNO		1736	3407	smnjenje za 49%
Lipik	dolasci	domaći	403	368	povećanje za 10%
		strani	214	216	smnjenje za 1%
	UKUPNO		617	584	povećanje za 6%
	noćenja	domaći	1493	1304	povećanje za 14%
		strani	920	446	povećanje za 106%
	UKUPNO		2413	1750	povećanje za 38%
Ostala p.	dolasci	domaći	12	32	smnjenje za 62%
		strani	9	0	0
	UKUPNO		21	32	smnjenje za 34%
	noćenja	domaći	27	91	smnjenje za 70%
		strani	23	0	0
	UKUPNO		50	91	smnjenje za 45%
Pakrac	dolasci	domaći	886	633	povećanje za 40%
		strani	496	112	povećanje za 343%
	UKUPNO		1382	745	povećanje za 86%
	noćenja	domaći	1832	1289	povećanje za 42%
		strani	857	240	povećanje za 257%
	UKUPNO		2689	1529	povećanje za 76%
Požega	dolasci	domaći	4166	4276	smnjenje za 3%
		strani	1464	1455	povećanje za 1%
	UKUPNO		5630	5731	smnjenje za 2%
	noćenja	domaći	8763	8708	povećanje za 1%
		strani	3784	4132	smnjenje za 8%
	UKUPNO		12547	12840	smnjenje za 2%
Velika	dolasci	domaći	2305	2497	smnjenje za 8%
		strani	182	158	povećanje za 15%
	UKUPNO		2487	2655	smnjenje za 6%
	noćenja	domaći	7632	7932	smnjenje za 4%
		strani	519	340	povećanje za 53%
	UKUPNO		8151	8272	smnjenje za 1%
TZ PSŽ	dolasci	domaći	8579	8907	smnjenje za 4%
		strani	2558	2125	povećanje za 20%
	UKUPNO		11137	11032	povećanje za 1%
	noćenja	domaći	21196	22419	smnjenje za 5%
		strani	6390	5470	povećanje za 17%
	UKUPNO		27586	27889	smnjenje za 1%

Po lokalnim turističkim zajednicama:

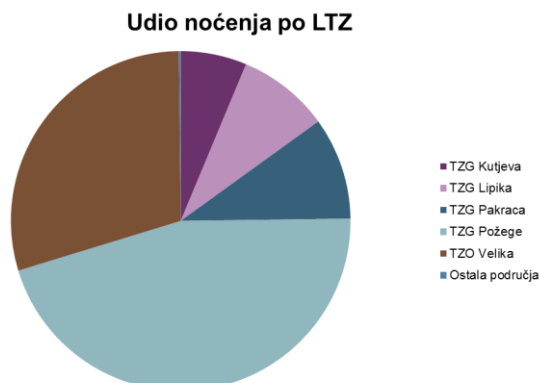
➤ Dolasci

U razdoblju siječanj-prosinac 2015.g. TZG Požege ostvarila je 5630 dolazaka (što je 50,55% udjela u županijskim dolascima), slijedi TZO Velika sa 2487 (22,33% udjela u županijskim dolascima), TZG Pakrac sa 1382 (12,41% udjela u županijskim dolascima), TZG Kutjeva sa 1000 (8,98% udjela u županijskim dolascima), , TZG Lipik 617 (5,54% udjela u županijskim dolascima), te područje Općine Čaglin (ostala područja) 21 (0,19% udjela u županijskim dolascima).



➤ Noćenja

U razdoblju siječanj-prosinac 2015.g. TZG Požege ostvarila je 12547 noćenja (što je 45,48% udjela u županijskim noćenjima), slijedi TZO Velika sa 8151 (29,55% udjela u županijskim noćenjima), TZG Pakraca 2689 (9,75% udjela u županijskim noćenjima), TZG Lipika sa 2413 (8,75% udjela u županijskim noćenjima), TZG Kutjeva sa 1736 (6,29% udjela u županijskim noćenjima), te područje Općine Čaglin (ostala područja) 50 (0,18% udjela u županijskim noćenjima).



Usporedba TZ Požeško-slavonske županije s ŽTZ iz Klastera Slavonije u razdoblju siječanj-prosinac 2015./2014.g.:

		DOLASCI		
	ZTZ	2015.	2014.	postotak
1.	Osječko-baranjska	70.925	64.539	Povećanje za 10%
2.	Vukovarsko-srijemska	60.570	50.690	Povećanje za 19%
3.	Brodsko-posavska	19.400	17.802	Povećanje za 9%
4.	Požeško-slavonska	11.137	11.032	Povećanje za 1%
5.	Virovitičko-podravska	7.946	8.992	Smanjenje za 12%

		NOĆENJA		
	ZTZ	2015.	2014.	postotak
1.	Osječko-baranjska	136.334	120.729	Povećanje za 13%
2.	Vukovarsko-srijemska	110.513	93.702	Povećanje za 18%
3.	Brodsko-posavska	42.513	32.771	Povećanje za 30%
4.	Požeško-slavonska	27.586	27.889	Smanjenje za 1%
5.	Virovitičko-podravska	17.455	18.058	Smanjenje za 3%

Po tržištima:

Po dolascima turista u razdoblju siječanj-prosinac 2015.g. domaći turisti ostvarili su 77% (8579 dolazaka), dok su strani turisti ostvarili 23% (2558 dolazaka) od ukupnog broja dolazaka u Požeško-slavonsku županiju. TZ Požeško-slavonske županije bilježi najviše dolazaka iz Slovenije (415) što čini 16,22% od broja stranih dolazaka i 3,73% od ukupnih dolazaka, zatim iz Njemačke (260) što čini 10,16% od broja stranih dolazaka i 2,33% od ukupnih dolazaka, te BIH (219) što čini 8,56% od stranih dolazaka i 1,97% od ukupnih dolazaka.

	DOLASCI			Domaći	Strani	Ukupno
	Slovenija	Njemačka	SAD			
Osječko-baranjska	2.838	2.804	2.739	44.216	26.709	70.925
Vukovarsko-srijemska	Njemačka 2.240	Italija 1.498	BIH 965	43.816	16.754	60.570
Brodsko-Posavska	Njemačka 1.432	Bugarska 1.246	Italija 987	9.234	10.166	19.400
Požeško-slavonska	Slovenija 415	Njemačka 260	BIH 219	8.579	2.558	11.137
Virovitičko-podravska	Italija 549	Slovenija 430	Njemačka 340	4.862	3.084	7.946

Sve ŽTZ Klastera Slavonije bilježe dolaske turista sa istih ili sličnih inozemnih emitivnih tržišta, kao što su Njemačka, Slovenija, Italija, pa nastoje svoje zajedničke prezentacije održavati na tržištima od zajedničkog interesa.

	NOĆENJA			Domaći	Strani	Ukupno
Osječko-baranjska	Njemačka 6.612	SAD 3.671	Slovenija 3.639	83.797	52.537	136.334
Vukovarsko-srijemska	Njemačka 3.948	Italija 2.794	BIH 1.864	82.120	28.393	110.513
Brodsko-Posavska	Njemačka 2.369	Italija 1.971	Bugarska 1.356	23.715	18.798	42.513
Požeško-slavonska	Njemačka 850	Slovenija 770	Italija 568	21.196	6.390	27.586
Virovitičko-podravska	Slovenija 1.254	Italija 1.225	Njemačka 906	10.098	7.357	17.455

Prema podacima za **noćenja** turista u razdoblju od siječnja-prosinca 2015.g. domaći turisti ostvarili su 77% (21196 noćenja), dok su strani turisti ostvarili 23% (6390) od ukupnog broja noćenja u Požeško-slavonsku županiju. TZ Požeško-slavonske županije bilježi najviše noćenja iz Njemačke (850) što čini 13,30% od broja stranih dolazaka i 3,08% od ukupnih dolazaka, zatim iz Slovenije (770) što čini 12,05% od broja stranih dolazaka i 2,79% od ukupnih dolazaka, te Italije (568) što čini 8,89% od stranih dolazaka i 2,06% od ukupnih dolazaka.

Sve ŽTZ Klastera Slavonije bilježe noćenja turista sa istih ili sličnih inozemnih emitivnih tržišta, kao što su Njemačka, Slovenija, Italija, pa nastoje svoje zajedničke prezentacije održavati na tržištima od zajedničkog interesa.

Prema smještajnim kapacitetima:

Ukupan broj ležaja u Požeško-slavonskoj županiji u 2015.g. bio je 500.

Najviše noćenja ostvareno je u prenoćištima 19.387 što je 70,28% ukupnih noćenja, zatim slijede vile 8,22% (2.269), sobe za iznajmljivanje 6,94% (1.915), apartmani 6,71% (1.852), planinarski domovi 5,04% (1.389), nekategorizirani objekti 1,45%(399), lovački domovi 0,49% (136), seljačka kućanstva 0,37% (101), apartman 0,31% (85), pansion 0,19% (53).