

**PRIJEDLOG GODIŠNJEG
PROGRAMA RADA TZ GRADA OSIJEKA
S FINANCIJSKIM PLANOM ZA 2024. GODINU**



Materijal pripremila:
Tajana Rogulja, direktorica
prosinac, 2023.

UVOD

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) definirani su zajednički ciljevi turističkih zajednica koji su usmjereni na tri glavna pravca djelovanja:

- 1. razvoj i marketing destinacije** kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma
- 2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa** kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
- 3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji** te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Također, sukladno istom Zakonu definirane su i **zadace lokalne turističke zajednice**, kao destinacijske menadžment organizacije, a one su:

1. Razvoj proizvoda

- sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- izrada i distribucija informativnih materijala
- stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

- koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu
- priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu
- pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom
- obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

USKLAĐENOST PROGRAMA RADA SA STRATEŠKIM DOKUMENTIMA KOJI SE ODNOSU NA PODRUČJE NA KOJEM DJELUJE TURISTIČKA ZAJEDNICA

Godišnji program rada i financijski plan za 2023.godinu izrađen je na temelju strateških dokumenata koji se odnose na područje na kojem djeluje Turistička zajednica grada Osijeka. Program rada u skladu je sa sljedećim relevantnim nacionalnim, regionalnim i lokalnim dokumentima:

1. STRATEGIJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE DO 2030. GODINE

Sukladno navedenoj Strategiji definirana su četiri ključna strateška cilja razvoja održivog turizma Hrvatske:

- 1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam**
- 2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu**
- 3. Konkurentan i inovativan turizam**
- 4. Otporan turizam**

Strateški ciljevi umreženi su, međusobno se podupiru i ostvaruju sinergijski učinak usmjeren ka dostizanju definiranih pokazatelja učinaka.

Godišnji program rada izrađen je na temelju strateških ciljeva sukladno Strategiji s posebnim naglaskom na sljedeća prioritetna područja:

- Prioritetno područje 1.1. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“: Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma
- Prioritetno područje 1.3. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“: Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda
- Prioritetno područje 1.4. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“: Unapređenje domaće i međunarodne prometne povezanosti
- Prioritetno područje 1.5. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“: Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma
- Prioritetno područje 2.1. za strateški cilj 2. „Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu“: Smanjenje opterećenja iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu
- Prioritetno područje 3.1. za strateški cilj 3. „Konkurentan i inovativan turizam“: Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
- Prioritetno područje 3.4. za strateški cilj 3. „Konkurentan i inovativan turizam“: Poticanje inovacija i digitalne transformacije turizma

2. ŽUPANIJSKA RAZVOJNA STRATEGIJA OSJEČKO - BARANJSKE ŽUPANIJE DO 2020.

Sukladno smjernicama Županijske razvojne strategije OBŽ-a:

1. unaprjeđenje kvalitete života
2. unaprjeđenje kvalitete životnog prostora
3. povećanje konkurentnosti gospodarstva i zaposlenosti
4. učinkovito upravljanje lokalnim i regionalnim razvojem

Godišnji program rada izrađen je na temelju županijske razvojne strategije s posebnim naglaskom na:

CILJ 1. Unaprjeđenje kvalitete života,

Prioritet 1.3. Razvoj ljudskih potencijala i to kroz provođenje:

Mjere 1.3.2. Podrška programima cjeloživotnog učenja i stručnog usavršavanja
i s posebnim naglaskom na cilj 3.

CILJ 3. Povećanje konkurentnosti gospodarstva i zaposlenosti,

Prioritet 3.2. Unaprjeđenje poslovnog okruženja za razvoj i jačanje gospodarstva i to kroz provođenje:

Mjere 3.2.3. Valorizacija prirodne i kulturne baštine te specifičnosti regije (brendiranje) u funkciji gospodarskog rasta.

(Napomena: trenutno jedina Županijska razvojna strategija)

3. STRATEGIJA RAZVOJA GRADA OSIJEKA OD INDUSTRIJSKOG DO INTELIGENTNOG GRADA 2014-2020

Strategijom razvoja grada Osijeka od industrijskog do inteligentnog grada 2014-2020 definirani su sljedeći ciljevi:

- **Učiti zajedno**

- **grad znanja**

- CILJ 1: ostvariti međunarodnu prepoznatljivost istraživačkih i obrazovnih kapaciteta Sveučilišta J.J. Strossmayera u Osijeku kao neophodnih sastavnica razvoja grada Osijeka i istočne Hrvatske, profilirati osječko sveučilište kao centar izvrsnosti u znanjima iz područja proizvodnje hrane, energije, građevinarstva, zdravstva, poduzetništva i kreativne industrije.

- CILJ 2: Postati grad rasta i prilika

- **virtualni grad**

- CILJ 3: Postati e-grad prepoznatljiv po razvoju usluga temeljenih na kapacitetima širokopojasne mreže

- **Raditi zajedno**

- **poduzetnički grad**
CILJ 4: U strukturi prerađivačke industrije povećati učešće proizvoda visoke tehnološke intenzivnosti
CILJ 5: Povećati broj poduzetničkih pothvata
CILJ 6: Povećati broj rastućih poduzeća
- **inteligentni grad**
CILJ 7: Osposobiti grad za digitalnu demokraciju
- **Živjeti zajedno**
 - **atraktivan grad za življenje**
CILJ 8: Osnažiti atraktivnost Osijeka za stanovnike i posjetitelje, posebno za mlade, eksperte u IT, zdravstvu, obrazovanju i kreativnim industrijama
 - **grad mladih**
CILJ 9: Osnažiti atraktivnost Osijeka za mlade

4. PLAN RAZVOJA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE ZA RAZDOBLJE 2021. - 2027.

Sukladno Planu razvoja Osječko-baranjske županije 2021. – 2027. definirana su četiri opća prioritetna područja, u okviru kojih će dionici razvoja u OBŽ-u težiti unaprjeđenju postojećeg stanja u sljedećem srednjoročnom razdoblju:

- I. osnaživanje i unaprjeđenje društvenog sustava i kvalitete života građana
- II. kvalitetan, siguran i očuvan životni prostor
- III. regionalna prepoznatljivost, konkurentnost i inovativnost gospodarstva
- IV. učinkovito i djelotvorno upravljanje.

Godišnji program rada izrađen je na temelju Plana razvoja s posebnim naglaskom na:

PRIORITETNO PODRUČJE II. Kvalitetan, siguran i očuvan životni prostor,

Posebni cilj 5. Unaprjeđenje sustava zaštite okoliša i održivog korištenja prirodnih dobara te jačanje otpornosti i ublažavanje klimatskih promjena i to kroz provođenje mjera:

- 5.1. Podizanje svijesti informiranjem/edukacijom o onečišćenju, održivom gospodarenju okolišem, ublažavanju i prilagodbi klimatskim promjenama i očuvanju bioraznolikosti
- 5.2. Smanjenje onečišćenja i unaprjeđenje kvalitete okoliša i prirode
- 5.3. Očuvanje i održivo upravljanje prirodnim resursima i zaštićenim dijelovima prirode.

PRIORITETNO PODRUČJE III. Regionalna prepoznatljivost, konkurentnost i inovativnost gospodarstva,

Posebni cilj 11. Jačanje regionalne prepoznatljivosti pomoću brendiranja i promidžbe i to kroz provođenje mjera:

- 11.1. Jačanje identiteta i privlačnosti županije putem valorizacije prirodnih i kulturnih resursa i baštine
- 11.2. Jačanje identiteta i privlačnosti županije putem sportskih aktivnosti i promicanja zdravog življenja

i kroz **Posebni cilj 12.** Podrška digitalnoj tranziciji društva i gospodarstva i to kroz provođenje mjera:

- 12.1. Razvoj i unaprjeđenje digitalne infrastrukture
- 12.2. Digitalizacija javne uprave i javnih usluga
- 12.3. Digitalizacija poslovanja
- 12.4. Povećanje uporabe IKT-a i sustavno unaprjeđenje digitalnih kompetencija

5. MASTER PLAN RAZVOJA TURIZMA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE 2017. – 2025.

Sukladno Master planu razvoja turizma OBŽ-a 2017. – 2025. godine godišnji program rada usklađen je sa ključnim projektima javnog sektora:

- Panoramskim balonom Slavonija
- **Interpretacijskim i centrom za posjetitelje Slavonija**
- **Projektom rekonstrukcije komunalne infrastrukture osječke Tvrđe**
- Urbanom rehabilitacijom manjih gradskih središta Županije
- Proširenjem Državne ergele Đakovo
- **Integriranim razvojnim projektom obnove i turističke valorizacije kulturno-povijesnog nasljeđa biskupa Josipa Jurja Strossmayera**
- **Unaprjeđenjem infrastrukture za riječna kružna putovanja**
- **Sustavom turističke smeđe signalizacije na regionalnoj razini**

Izuzev ključnih razvojnih projekata javnog sektora, u nastavku se navode ostali razvojni projekti s kojima je usklađen godišnji program rada:

- Profesionalni razvoj i upravljanje događanjima:
- Razvoj biciklističke, konjičke i pješačke infrastrukture
- Aktivacija dvoraca

Godišnji program rada usklađen je sa udjelom u ostvarenju slijedećih **strateških ciljeva na razini Županije:**

1. Doseći smještajnu ponudu od 10.000 turističkih kreveta
2. Povećati godišnju zauzetost kreveta na razinu od 30%
3. Etablirati se na europskom tržištu kao destinacija kratkih odmora (prije svega temeljenih na sadržajima gastronomije i kulture)
4. Razviti 2-3 velika panonska resorta

5. Internacionalizirati postojeće i razviti dva velika međunarodna događaja
6. Uspostaviti sustav kontrole i oznaka kvalitete u prehrambenim proizvodima i turizmu
7. Pripremiti i započeti s provedbom projekata:
 - a. dovršetka fizičke infrastrukture riječnog krizinga na razini kvalitete destinacija Srednje Europe
 - b. Infrastrukture za cikloturizam
 - c. Urbane rehabilitacije gradskih središta Županije

Godišnji program rada izrađen je na temelju Master plana razvoja turizma OBŽ-a 2017. – 2025. godine s posebnim naglaskom na razvoj:

1. **Kratkih odmora** koji su velika skupina heterogenih, ali međusobno povezanih proizvoda: Eno-gastronomija/ ruralni turizam, Kultura i događanja, Selektivni oblici turizma, Sport i rekreacija;
2. **Touringa (ture i krizing)**
3. **Poslovni turizam**

6. STRATEŠKE SMJERNICE UPRAVLJANJA KULTURNO-POVIJESNOM BAŠTINOM GRADA OSIJEKA DO 2020. GODINE

Sukladno Strateškim smjernicama upravljanja kulturno-povijesnom baštinom grada Osijeka do 2020. godine, TZ grada Osijeka u godišnjem planu predviđa se kao planirana strana u okviru održivog korištenja kulturne baštine grada Osijeka.

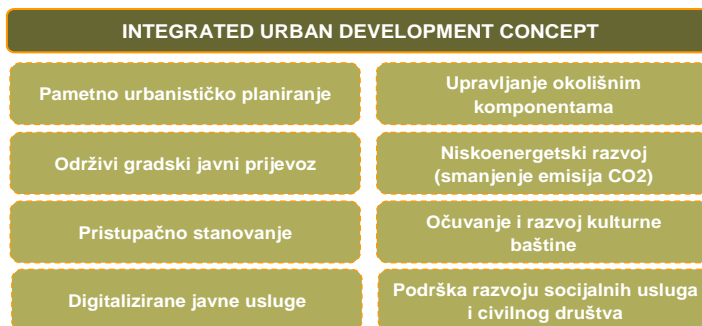


Izvor: T&MC Group

U predloženom godišnjem planu sukladno navedenim smjernicama uzet je u obzir strateški pristup upravljanju baštinom grada Osijeka koji uključuje:

- Koncept integriranog urbanog razvoja (IUDC)
 - Koncept pametnog grada (SMART CITY)

- Triple Helix i 3T model razvoja Grada



- Revitalizacija povijesnih jezgri
- Obnova povijesnih zgrada
- Kulturna baština kao pokretač razvoja
- Kulturna baština i kulturni turizam
- Kulturna baština kao brend – marketing baštine

Godišnji plan rada usklađene je i sa smjernicama upravljanja kulturnom baštinom, te vizijom i strateškim ciljevima:

CILJ 1: Obnoviti i revitalizirati povijesne građevine / povijesne cjeline s ciljem razvoja kreativne ekonomije i kulturnog turizma

CILJ 2: Izgradnja nove fizičke infrastrukture za razvoj kulturne ekonomije u Gradu

CILJ 3: Razvijati obrazovnu infrastrukturu za kulturne i kreativne djelatnosti

CILJ 4: Razvijati "pametnu infrastrukturu" na temelju "Smart City" paradigme

CILJ 5: Kreativna transformacija Grada

7. STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN TURIZMA SLAVONIJE S PLANOM BRENDIRANJA ZA RAZDOBLJE 2019.-2025.

Sukladno Strateškom marketinškom planu turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019.-2025. godišnji program rada usklađen je sa strategijom turističkih proizvoda i ciljnim tržištima, te strategijom komunikacije te akcijskim planom.

8. MARKETINŠKI PLAN TURIZMA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE 2019.-2025.

Sukladno Marketinškom planu turizma Osječko-baranjske županije 2019.-2025. godišnji program rada usklađen je sa ciljevima destinacijskog marketinga i menadžmenta:

IMIDŽ

- Daljnje jačanje brenda Osječko-baranjske županije kao dijela krovnog brenda Slavonije te objedinjavanje marketinških aktivnosti na cijelom prostoru
- Podizanje prepoznatljivosti Županije kao turističke destinacije u okviru jedinstvenog imidža Slavonije kao turističke regije

PROIZVODI

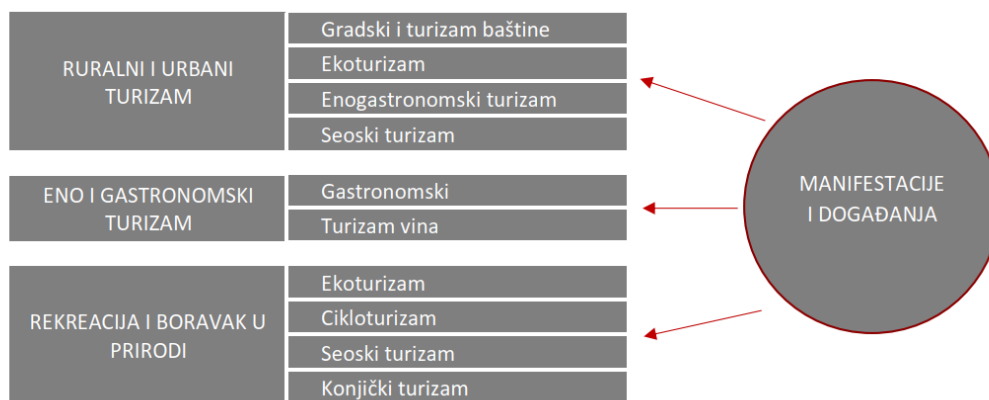
- Jačanje turističke ponude kroz stvaranje turističkih proizvoda c cjelokupnim lancem vrijednosti (složeni turistički proizvod)
- Povezivanje ponude županija u Slavoniji kroz stvaranje turističkih proizvoda koje povezuju prostor Slavonije – stvaranje tematskih doživljaja i itinerera

PROMOCIJA

- Provedba zajedničkih promocijskih aktivnosti na razini Slavonije i zajednička komunikacija prema tržištu
- Provedba ciljane promocije prema ciljnim tržišnim segmentima

POTRAŽNJA

- Povećanje broja dolazaka i noćenja u Osječko-baranjskoj županiji i prosječne dnevne potrošnje
- Monitoring napretka – mjerenje zadovoljstva i potrošnje gostiju



9. KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA ZA PODRUČJE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE I KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA ZA PODRUČJE GRADA OSIJEKA

Sukladno Komunikacijskoj strategiji za područje Osječko-baranjske županije u godišnjem planu uzeti su u obzir definirani turistički proizvodi po ciljanim skupinama i tržištima te se sva komunikacija planira u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom – TZOBŽ-a

CILJEVI RADA TZ GRADA OSIJEKA OD 2023.-2026.

Kreirajući dugoročne i kratkoročne ciljeve za rad TZ grada Osijeka treba se voditi zadaćama lokalnih turističkih zajednica koje proizlaze iz Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, te postojećim strateškim dokumentima koji obuhvaćaju strateški marketinški plan za Osječko-baranjsku županiju i Slavoniju kao destinaciju.

Tijekom 2024. godine radit će se na ostvarenju ciljeva koji su postavljeni u četverogodišnjem planu.

Ciljevi rada TZGO u razdoblju od 2023. do 2026. godine obuhvatili bi u kontinuitetu:

- povezivanje turističkih dionika i javnog sektora s ciljem stvaranja integriranih turističkih proizvoda – sukladno primjeru 17. i 18. Ferivi polumaratona koji su pokazali mjerljive rezultate takve ideje u praksi u vidu povećanja ostvarenih noćenja
- osmišljavanje i razvoj novih motiva dolazaka za individualne i grupne goste s ciljem stvaranja cjelogodišnje turističke ponude kroz kreiranje novih proizvoda i dodatnih sadržaja u gradu
- upravljanje javnom turističkom infrastrukturom te osmišljavanje nove (info table i dr.)
 - u kontekstu upravljanja Vodenicom, Izložbom školjaka i dr.
- operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne TZ i HTZ-a
- daljnji razvoj, unapređenje i potpore višegodišnjim, ali i novim manifestacijama i događajima
- kreiranje što kvalitetnijeg i raznolikijeg online i offline sadržaja kao alata informiranja ali i buđenja zainteresiranosti za destinaciju
- osmišljavanje i izrada novih, suvremenijih modela promotivnih materijala – mobilne aplikacije, digitalnih karata i slično
- povećanje vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije na domaćem i stranom turističkom tržištu
- **dugoročan cilj je s Gradom Osijekom izraditi Strateški i operativni plan razvoja turizma i njegovih selektivnih oblika, te izrada strateškog marketinškog plana grada Osijeka kao integriranog elementa u postojeće Strateške dokumente regije**

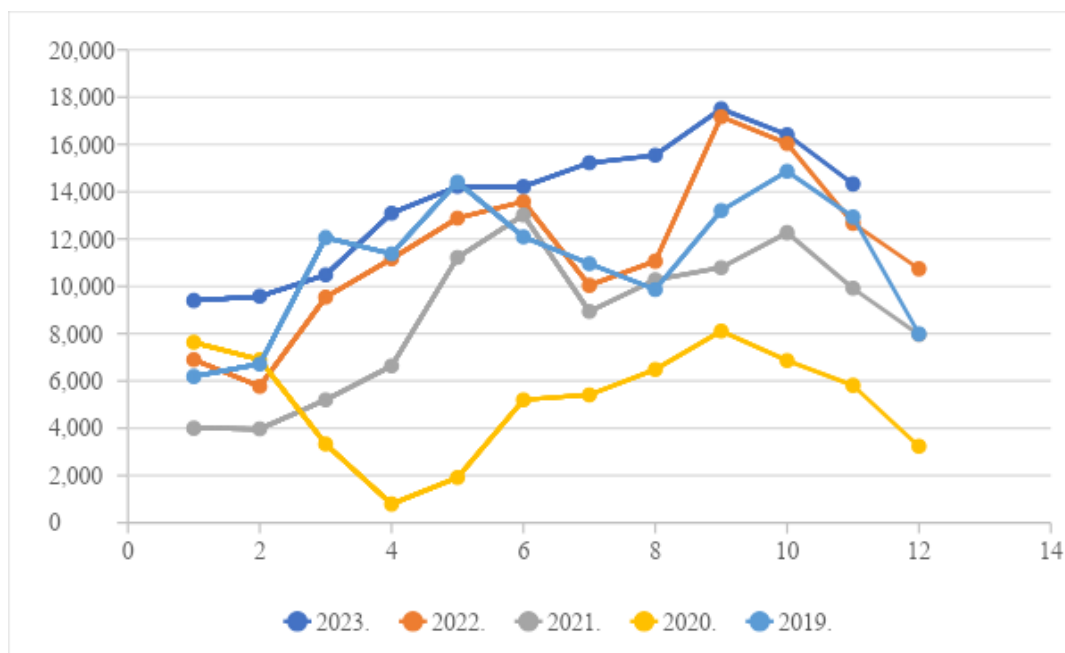
PODACI O OSTVARENOM TURISTIČKOM PROMETU TEKUĆE 2023. GODINE - (podaci s 30.11.2023.)

Grad Osijek najznačajnija je turistička destinacija Istočne Hrvatske i njezino središte. Kao sjedište Osječko-baranjske županije, ostvaruje najveći broj noćenja u ovom dijelu Hrvatske. Odlikuju ga kulturne, zabavne, sportske i druge zabavne manifestacije tijekom čitave godine, zatim kulturne znamenitosti poput barokne Tvrđe izgrađene u 18. stoljeću te secesijskoj niza i historicističke jezgre u Gornjem gradu, a broj kapaciteta i kvaliteta ponude čine ga najboljom destinacijom u Slavoniji tijekom čitave godine (365 ponuda). Unutar Hrvatske, prepoznat je kao “skriveni biser” (u usporedbi sa europskim i svjetskim destinacijama poput obalnih gradova) koji nije obilježen sezonskom ponudom i potražnjom, a koji nudi odličnu vrijednost za novac, pristupačnost i mogućnost otkrivanja ljepote regije na jednom mjestu. Baš kao što trendovi najavljuju, ove karakteristike grada predstavljaju i predstavljati će njegove glavne adute u pozicioniranju na hrvatskoj i europskoj karti turističkih destinacija. Njegova uloga “skrivenog bisera”, a ujedno i urbanog središta regije, nudi turistima mogućnost uživanja u posebnosti prilikom koje se ne gubi tako cijenjeni kontakt s domaćim stanovništvom na autentičan način.

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim 5. prosinca 2023. prema parametru „Samo turisti“ za prvih 11 mjeseci u godini, Osijek je u 2023. godini ostvario 150.001 noćenja i 70.981 dolazaka. Tako je 2023. godina postala nova rekordna godina po broju ostvarenih noćenja i dolazaka u Osijeku s rastom od 18% za oba parametra spram prethodno rekordne 2022. Postavljeni su novi rekordi po broju noćenja u pojedinim mjesecima, a posebno se ističe rast u srpnju (za 52%) i kolovozu (za 41%). Najveći broj noćenja u cijeloj 2023. godini ostvaren je u rujnu. Primjećuje se da je ostvaren novi rekord po broju noćenja u čak 9 od 11 mjeseci te je tako grad još više prestao imati tradicionalno popularna razdoblja tijekom proljeća i jeseni te sve više postaje doista cjelogodišnja destinacija zanimljiva i u ljetnim i zimskim mjesecima.

Tablica 1. Turistička noćenja posljednjih 5 godina po mjesecima¹

¹ Sve godine prikazane su u cijelosti osim 2023. koja se odnosi na prvih 11 mjeseci.



Tablica 2. Turistička noćenja u 2022. i 2023. g. po mjesecima (siječanj – studeni)

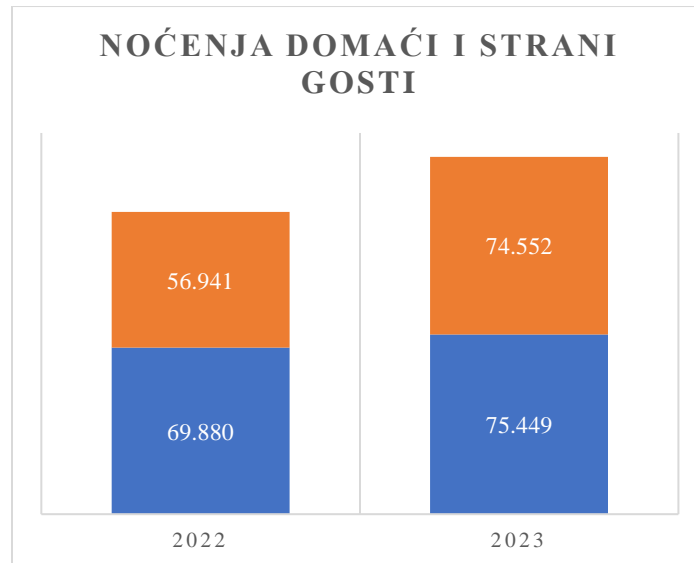
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	
2022	6.904	5.769	9.541	11.168	12.885	13.583	10.042	11.060	17.174	16.032	12.663	126.821
2023	9.401	9.579	10.485	13.090	14.222	14.214	15.219	15.543	17.501	16.418	14.329	150.001
	136%	166%	110%	117%	110%	105%	152%	141%	102%	102%	113%	118%

Tablica 3. Turistički dolasci u 2022. i 2023. g. po mjesecima (siječanj – studeni)

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	
2022	2.903	3.092	4.446	5.581	6.786	6.524	4.836	5.116	7.083	7.144	6.884	60.395
2023	4.520	4.668	5.458	6.427	7.386	6.776	6.298	5.919	7.728	8.051	7.750	70.981
	156%	151%	123%	115%	109%	104%	130%	116%	109%	113%	113%	118%

Po pitanju odnosa zastupljenosti domaćih i stranih gostiju u broju noćenja, vidljiv je veći udio stranih turista spram prethodne (i prethodnih) godina. Omjer domaćih i stranih gostiju ove je godine gotovo jednak (zaokruženo iznosi 50%) dok je u 2022. udio domaćih gostiju u prvih 11 mjeseci iznosio 55%.

Graf 1. Noćenja domaćih (**plavo**) i stranih (**crveno**) turista u prvih 11 mjeseci



Od stranih gostiju, po broju su noćenja najbrojniji gosti iz Njemačke, a slijede gosti iz Srbije, Mađarske, Slovenije te Bosne i Hercegovine. Od domaćih gostiju, destinaciju su uvjerljivo najviše posjetili gosti iz Grada Zagreba (njih čak 30.100 ili oko 40% od ukupnog broja domaćih gostiju), zatim iz Splitsko-dalmatinske županije, Zagrebačke, Primorsko-goranske i Istarske županije.

Tablica 4. Noćenja i dolasci u 2023. po državama

Država	Noćenja	Dolasci
Hrvatska	75.496	43.384
Njemačka	8.144	2.609
Srbija	5.438	2.577
Mađarska	4.346	2.510
Slovenija	4.143	2.239
BiH	3.808	2.011

Tablica 5. Noćenja i dolasci domaćih gostiju u 2023. po županijama

Županija	Dolasci	Noćenja
Grad Zagreb	18.132	30.100
Splitsko-dalmatinska	3.547	6.968
Zagrebačka	3.980	6.680
Primorsko-goranska	2.376	4.170
Istarska	1.504	2.931

Godina 2023. postala je nova rekordna godina po pitanju turističkih noćenja i dolazaka turista od statističkog praćenja noćenja uvođenje sustava eVizitor 2016. godine. Karakterizira ju rast interesa turista u ljetnom periodu i tradicionalni interes u proljetnim i jesenjim mjesecima. U godini je ostvaren podjednak broj noćenja stranih i domaćih turista, što govori o važnosti grada ne samo kao izlet destinacije za domaće goste, već i sve važnijeg odredišta turista različitih nacionalnosti i interesa.

Važan aspekt planiranja promocije i razvoja destinacije jest kontinuirano praćenje i adaptiranje turističkim trendovima i pojavama koje su obilježene raznim unutarnjim i vanjskim faktorima. Globalne pojave, prvenstveno rast troškova života u zemljama čiji stanovnici čine najveći broj turističkih posjetitelja Hrvatske te u samoj Hrvatskoj, u 2023. godini su utjecale te će i dalje utjecati na odluke prilikom odabira destinacije za turističko putovanje. Prema istraživanju *Euromonitor International* objavljenom u studenom 2023., gosti traže „povoljnosti i akcije na kojima će nabavljati određene proizvode i usluge“.² Odabir destinacije, smještaja i aktivnosti u samoj destinaciji i dalje će ovisiti i o kvaliteti, vrijednosti za novac te drugim uobičajenim odlučujućim faktorima.

Važna je osviještenost destinacijskih menadžera o novoj generaciji koja stupa u svijet potrošača. To je generacija Z.³ Neka od osnovna obilježja te nove generacije su: digitalno kreiranje i konzumiranje sadržaja, samoukost i takozvani *FOMO* (eng. fear of missing out) zbog kojeg vole biti u koraku s trendovima.⁴ Ova je generacija odrasla uz pandemiju i inflaciju te trenutno imaju nižu kupovnu moć od *baby boomera* ili *milenijalaca* u njihovoj dobi. Zbog globalne situacije, najviše će morati trošiti na stanovanje te na očuvanje vlastitog zdravlja, zbog čega se predviđa veća potražnja *wellness* i sličnih usluga.

² Cimerfraj.hr, <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/turizam-2024-stednja>

³ Različiti izvori navode različite vremenske okvire godina rođenja koje bi definirale pripadnike generacije Z. Generalno govoreći, to je generacija koja je rođena najranije sredinom 90-ih godina 20. stoljeća, a najkasnije 2010., odnosno 2012. godine. U tom smislu, osobe koje pripadaju generaciji Z imat će u 2024. godini između 12 i 29 godina.

⁴ Skole.hr, <https://www.skole.hr/upoznajte-generaciju-z-tko-su-i-kako-uce/>

Dok je period nakon pandemije karakterizirala snažnija potrošnja, inflacija je stegnula novčanike svih generacija, pa tako 44,4 % ispitanih od strane *Euromonitor International* planira pojačati štednju za koju se do kraja 2024. godine predviđa da će na globalnoj razini porasti za 3 %.⁵ Osim važnosti nove generacije koju karakteriziraju neke posebnosti, te štednje na globalnoj razini, naredni će period prema istraživanju obilježavati i sve veći rast nejednakosti u potrošačkoj moći te sve veći utjecaj azijskog tržišta.

S druge strane, sama turistička putovanja dobiti će nova obilježja, a booking.com donosi sedam karakteristika putnika u 2024. godini:⁶

1. *Novo mjesto, novi ja!* – putnici se žele izgubiti u novom identitetu koji će poprimiti na putovanju. Čak 68% putnika vjeruje da će se „skitanjem“ transformira u najbolju verziju sebe, 62% uživa u anonimnosti koji nudi putovanje, 37% na putovanju priča izmišljene priče o svojim životima i 57% osjeća tzv. „main character energy“.⁷
2. *Želja za opuštajućim mjestima „kraj vode“* – Spokoj, zdravlje, prisutnost vode, ali i dobar san samo su neki od stvari koje gosti priželjkuju na svojim putovanjima.
3. *Prepuštanje nepoznatom* – Zamjetna je želja za samostalnim istraživanjem, nasuprot rigidnim itinerarima. Većina ispitanika (55%) preferira put bez zacrtanog plana, dok dvije trećine (69%) žele imati „labav“ plan koji mogu adaptirati na licu mjesta.
4. *Svježi okusi* - 78% putnika žudi za svježim i novim okusim, a polovica planira obilazak određenih restorana ili jela u destinaciji. 61% želi učiti o podrijetlu kulturnog jela odredišta. Čak 63% fascinirano je inovativnim biljnim opcijama, a više od četvrtine putnika (27%) spremno je zaposliti osobne kuhare iduće godine, ponajviše generacija Z.
5. *Želja za boljim (i novim) odnosima* – Naredni period obilježiti će putovanja motivirana poboljšanjem postojećih odnosa (primjerice, s partnerom) ili upoznavanjem novih ljudi. Međutim, samostalna putovanja također su u procvatu te 59 % želi putovati sam/a. Roditelji se također pridružuju tom trendu te 58% planira putovanja bez djece, dajući prioritet vlastitom razvoju. Muškarci posebice prihvaćaju solo putovanja (63% u usporedbi s 54% žena).

⁵ <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/turizam-2024-stednja>

⁶ Booking.com, <https://tinyurl.com/64nrerbf>. Ove karakteristike izvedene su na temelju ankete koja je obuhvatila 33 zemlje (poput Njemačke, UK i Italije) i 27,000 putnika/ispitanika.

⁷ Engleska fraza koja slavi individualnost i osjećaj da se svijet „vrti oko mene“ u pozitivnom smislu.

6. *Prioritizacija pristupačnog luksuza i ograničeni budžet* – Većina gostiju predviđa da će im povećanje cijena utjecati na odabir destinacije i smještaja. Ipak, čak 54% spremni su nadoplatiti smještaj radi ugodnosti, a 47% nadoplatili bi i prijevozno sredstvo.
7. *Održivost i skrivene dragulji* – Kao posljednjih godina, velik broj putnika traži smještaj koji spaja udobnost s inovativnim značajkama održivosti. Žele mir u zatvorenom prostoru, a 65% žudi za zelenim površinama i biljkama. Putnici su zainteresirani za ekološke izbore i, još više, za nagrade aplikacija za donošenje održivih odluka (60%). Ključna je i autentičnost te 47% žele povezivanje s lokalnim stanovništvom u manje razvikanim područjima, a 44% želi posjetiti manje „turistička mjesta“.

Imajući na umu ova razmišljanja ispitanika, rezultate drugih istraživanja, predviđanja za budućnost te nadolazak novih generacija, važno je pratiti i tumačiti dostupne podatke o turističkim posjetiteljima grada Osijeka. Na taj način, moguće uočiti preslik posjetitelja grada i primijetiti eventualne promjene u ponudi i potražnji, primjerice, smještaja.

OSNOVNI PARAMETRI ZA PLANIRANJE PRIHODA PREMA IZVORIMA

Iako tijekom 2023. godine svjedočimo velikom globalnom porastu cijena u svim segmentima gospodarstva, isto tako bilježimo i značajan oporavak turističkog sektora u odnosu na prethodne dvije godine stoga je projekcija planiranih prihoda nešto su optimističnija.

PRIHODI

Planirana sredstva: 910.200,00 EUR

Prihodi su planirani u ukupnom iznosu od 910.200,00 EUR

1. Izvorni prihodi

Planirana sredstva: 430.000,00 EUR

1.1. Turistička pristojba:

Planirana sredstva: 75.000,00 EUR

Kod izrade plana iznosa turističke pristojbe u obzir se uzeo obujam turističkog prometa u 2023. kao i predviđanja gospodarskih kretanja za 2024. godinu.

1.2. Turistička članarina:

Planirana sredstva: 355.999,00 EUR

Kod izrade plana prihoda u vidu turističke članarine u obzir su se uzeli ostvareni Izvorni prihodi TZ grada Osijeka u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu.

Također u obzir se uzeo i fizički obujam turističkog prometa u 2023. te plan istog za 2024. godinu.

2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna

Planirana sredstva: 106.200,00 EUR

U prihode iz proračuna grada/županije uzeti su iznosi usvojeni u Proračunu grada za 2024. godinu kao stavke sufinanciranja zajedničkih manifestacija (Upravni odjel za gospodarske djelatnosti) sukladno Zaključku gradonačelnika koji će se napraviti, te procijenjeni prihodi OBŽ za manifestaciju Advent u Osijeku.

3. Prihod od sustava turističkih zajednica

Planirana sredstva: 30.000,00 EUR

Planirani prihodi koji se odnose na sustav turističkih zajednica i sredstva plasirana kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent 2024.

4. Prihodi iz EU fondova

Planirana sredstva:

Sredstva nisu planirana, ali prolaskom jednog od prijavljenih projekata bit će naknadno Rebalansom uvrštena.

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine

Planirana sredstva: 5.000,00 EUR

Sukladno racionalnom poslovanju tijekom 2023. godine, planiran je određeni prijenos prihoda u 2024. godinu.

7. Ostali prihodi

Planirana sredstva: 339.000,00 EUR

Pod ostalim приходima podrazumijevanju se prihodi koji će biti ostvareni temeljem potpisanog Ugovora o strateškom partnerstvu u vidu strateškog oglašavanja (TZOBŽ-TZGO-ZLO) za 2024. godinu, te prihodi ostvareni putem Ugovora o poslovnoj suradnji na nekoj od manifestacija.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Planirana sredstva: 25.000,00 eur

1.1. IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA

Planirana sredstva: 25.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: Turistička zajednica grada Osijeka u suradnji s Gradom Osijekom i regionalnom turističkom zajednicom sudjelovat će u svim aktivnostima izrade strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije kao i u provedbi postojećih akcijskih i operativnih planova.

TZ grada Osijeka tijekom razdoblja od 2023.-2026. djelovat će prema svim postojećim strateškim dokumentima, a tijekom 2024. godine planira izraditi Strateški dokument za grad Osijek.

Nositelji i partneri: TZGO, Grad Osijek i dr.

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

Planirana sredstva:

Opis i cilj aktivnosti: Istraživanje i analiza tržišta u Turističkoj zajednici grada Osijeka fokusirat će se na prikupljanje primarnih i sekundarnih podataka vezanih za turističke trendove, turistički promet te gospodarska kretanja.

Prikupljanje sekundarnih informacija vršit će se putem unutarnjih izvora podataka kao što su različiti dostupni zapisi, eVisitor, datoteke i razni izvještaji, te putem vanjskih izvora podataka kao što su Zavod za statistiku, HTZ, HGK, organi uprave i dr. Takav vid istraživanja odvijat će se pod domenom redovnog poslovanja.

Za prikupljanje primarnih podataka koristi će se vanjski suradnici ili studenti. Naime, Turistička zajednica grada Osijeka osim što ima dugogodišnju suradnju s Ekonomskim fakultetom u Osijeku, 2020. godine potpisala je Sporazum o suradnji i s Visokom školom za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici kojim je definirana suradnja u vidu podrške u stručnoj, istraživačkoj i znanstvenoj djelatnosti, pripremi i organizaciji seminara, suradnji u izradi znanstveno-stručnih projekata, studija i slično, upućivanju gostujućih predavača na Visoku školu Virovitica, definiranje zadataka za izradu završnih radova za studente Visoke škole Virovitica, organizaciju terenske nastave za studente Visoke škole Virovitica, stručnu praksu za studente Visoke škole Virovitica kod partnera te ostale aktivnosti.

Nositelji i partneri: TZGO

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Planirana sredstva: 382.271,16 EUR

2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

Planirana sredstva: 70.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: Tijekom siječnja 2024. godine provest će se Javni poziv za iskaz interesa za sufinanciranje manifestacija. Slijedom provedene validacije pristiglih prijava, intenzivirat će se razvojne aktivnosti u vidu povezivanja elemenata ponude u pakete i proizvode, kod manifestacija koje imaju potencijal produljenja trajanja manifestacije u svrhu poticanja dodatnih noćenja i općenito povećanja ekonomskog učinka manifestacije.

Osim tih aktivnosti provodit će se radnje koje će obuhvatiti selekciju ključnih atributa, poruka i identificiranje potencijalnih ciljnih skupina kojima se turistički proizvod komunicira, te razne razvojne aktivnosti s ciljem osmišljavanja novih turističkih proizvoda i povezivanja elemenata postojećih resursa u nove pakete i turističke proizvode. Aktivnosti će biti usmjerene na kreiranje novih turistički proizvoda prepoznatljivih za grad Osijek u vidu daljnjeg razvoja enogastronomske ponude te turizma očuvanja kulturne baštine koristeći EU programe financiranja.

Nositelji i partneri: TZGO, Grad Osijek, TZOBŽ, Upravnim odjelom za turizam, kulturu i sport OBŽ-a
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

Kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent planira se prijava sljedeća dva projekta:

NAZIV MANIFESTACIJE: OSJEČKA VINSKA PRIČA -URBAN WINE EXPERIENCE

TOP manifestacija od nacionalnog značaja koja se održava na području grada Osijeka

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Urban wine walk i Wein Šmekeraž dva događaja u jednoj manifestaciji koji će ponovno spojiti užitek u vinu i bogatu enogastronomsku ponudu grada i regije s urbanom i kulturnom baštinom Osijeka, posebice njegovog nasljeđa kao mjesta u sastavu Habsburške monarhije. Manifestacija predstavlja *wine and walk* doživljaj destinacije u urbanom prostoru gdje se umjesto posjeta vinskim podrumima, sudionici susreću s 5-6 točaka za konzumaciju na otvorenome u gradu. U pitanju su urbani i kulturni prostori od turističkog značaja, a završno okupljanje planira se na Trgu sv. Trojstva koji je u vrijeme habsburške monarhije nosio naziv *Weinplatz* (Vinski trg) jer se na njemu održavao sajam vina. Elementi oživljene povijesti uključivat će simbolično osvjetljenje trga iz poreza „bečarine“ kojim se nekoć financiralo ručno paljenje javne rasvjete u Tvrdi. Sama manifestacija promovirati će vina „osječkih vinara“, vinara koji imaju adresu u Osijeku, a vinograde u Erdutu i Baranji, cijenjenim vinskim regijama kojima je Osijek obgrljen.

Medijska pokrivenost: nacionalna, regionalna i lokalna pokrivenost

**Troškovi organizacije i provedbe će se sufinancirati kroz Fond i putem partnerskih odnosa*

Cilj aktivnosti:

Stavljajući naglasak na doživljaj gradskih znamenitosti i urbanog prostora te njegove skrivene povezanosti s vinskom produkcijom regije, oživljavaju se lokacije od turističkog značaja i povezuju s enogastronomskom ponudom grada i regije.

Jedinstvenost manifestacije:

Ovo je jedinstven urbani *wine and walk* koncept koji se održava u gradu, a ne u vinskim podrumima ili vinogradima, te u koji bi bile uključene različite kulturne institucije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Osijeka, Grad Osijek, Osječko-baranjska županija, Hrvatska turistička zajednica, TZOBŽ sponzori i pokrovitelji privatnog sektora

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: OSIJEK GOURMET – TJEDAN JELA OD DIVLJAČI

TOP manifestacija od nacionalnog značaja koja se održava na području grada Osijeka

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Osijek Gourmet četverogodišnji je projekt koji svake godine promovira i ističe jednu premium autentičnu namirnicu enogastronomске ponude grada Osijeka i njegove okolice animirajući ugostitelje grada i organizirajući stručno-znanstveni Okrugli stol. Tijekom 2022. godine održao se Tjedan crne slavonske svinje, tijekom 2023. Tjedan riječne ribe a u 2024. naglasak će biti na potencijalu i razvoju divljači kao premium namirnice i jela u slavonsko-baranjskoj kuhinji. Manifestacija će obuhvaćati Okrugli stol, Masterclass i Cooking show koji će okupiti turističke dionike i proizvođače koji će razmjenjivati iskustva i izazove u pripremi i posluživanju jela od divljači gostima grada Osijeka i okolice.

Medijska pokrivenost: Nacionalna, regionalna i lokalna pokrivenost

**Troškovi organizacije i provedbe će se sufinancirati kroz Fond i putem partnerskih odnosa*

Cilj aktivnosti:

Cilj ovog četverogodišnjeg događaja je podizanje enogastronomске ljestvice u gradu Osijeku radi njegovog brendiranja i promoviranja kao gourmet gastronomskog središta regije te jačanje svijesti šire javnosti i pozicioniranje slavonskih delicija kao premium proizvoda.

Jedinstvenost manifestacije:

Manifestacija Tjedan jela od divljači specifična je zbog isticanja koncepta „od polja do stola“ prednosti grada Osijeka, a promoviranjem važnosti i kvalitete mesa od divljači, ova manifestacija jače ju pozicionira kao „premium“ i „gourmet“ doživljaj u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Osijeka, Grad Osijek, Osječko-baranjska županija, Hrvatska turistička zajednica, TZOBŽ sponzori i pokrovitelji privatnog sektora

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad ili studeni 2024.

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

Planirana sredstva:

Opis i cilj aktivnosti: U koordinaciji s Regionalnom turističkom zajednicom i Upravnim odjelom za turizam, kulturu i sport Osječko-baranjske županije, TZ grada Osijeka sudjelovat će u provedbi inicijativa koje će uključivati i povezivati projekt Studije integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji Osječko-baranjske županije s „loyalty“ programom destinacije kroz iste standarde čiji će krajnji cilj biti uspostava sustava za upravljanje destinacijom.

Nositelji i partneri: TZGO, TZOBŽ, Upravnim odjelom za turizam, kulturu i sport OBŽ-a

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

Planirana sredstva: 281.000,00 EUR

Opis: Manifestacije su s vremenom postale integrirani i sve značajniji dio turističkog razvoja i marketinških planova destinacije u kojima se organiziraju.

U svom Godišnjem programu rada TZ grada Osijeka sredstva namijenjena za podršku razvoja turističkih događanja dijeli u dvije podskupine:

- Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZGO
- Potpore ostalim manifestacijama.

Početkom 2024. godine TZ grada Osijeka raspisat će javni poziv za sufinanciranje manifestacija te će se u ovisnosti o zaprimljenim prijavama provesti validacija istih, te napraviti naknadna raspodjela planiranih sredstava.

Rezultati provedbe ovakve vrste natječaja ogledaju se u dobivanju uvida u manifestacije koje očekuju potporu TZGO, iznose očekivanih potpora, strukturu i benefite manifestacija, te se uvidom u prijave može pravovremeno izraditi kalendar događanja za 2024. godinu. Isto tako dobiva se uvid u karakter postojećih manifestacija te vidljiv deficit gastro i kulturno-zabavnih manifestacija, ali i terminske „rupe“ kao prostor za razvoj novih motiva dolazaka u destinaciju.

2.3.1. MANIFESTACIJE U ORGANIZACIJI I SUORGANIZACIJI TZ GRADA OSIJEKA

Planirana sredstva: 192.000,00 EUR

NAZIV MANIFESTACIJE: SAJAM ANTIKVITETA

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Svake prve subotu u mjesecu, tijekom cijele godine, grad Osijek je već tradicionalno domaćin sajamskoj priredbi pod nazivom Sajam antikviteta.

Manifestacija je primarno fokusirana na prodaju antikviteta, ali obogaćena ponudom proizvoda lokalnih obrtnika i OPG-ovaca te dodatnim sadržajima kao što su turistička vođenja, različite prezentacije i degustacije, godinama je zaživjela i kao mjesto obaveznih susreta i okupljanja sve većeg broja građana ali i turista.

Promjenom svoje lokacije održavanja iz Tvrđe u Park kralja Držislava otvara se prostor za dodatnom ponudom glazbenog sadržaja u prostoru „prirodne pozornice“ tzv. Školjke.

Također kao manifestacija prepoznata u regiji biti će ponuđena i drugim lokalnim turističkim zajednicama kao mjesto potencijalne prezentacije njihove turističke ponude i manifestacija u okruženju, a sve u svrhu integriranja i promocije cjelokupne turističke ponude OBŽ-a kao poželjne turističke destinacije.

Osnaživanjem manifestacije glazbenim programom osječkih gudača koji su se javili na Javni poziv dodatno bi se obogatili sadržaj i atmosfera cijele manifestacije.

Vraćanjem manifestacije na lokaciju Tvrđe razmotrile bi se mogućnosti širenja iste na obližnje uličice s tematskim i prigodnim sadržajima.

**TZ grada Osijeka snosi troškove promotivnih aktivnosti*

Cilj aktivnosti:

Povećanjem kvalitete i broja izlagača, te razvojem novih sadržaja cilj je zadržati dosadašnju prepoznatljivost ove specijalizirane manifestacije u regiji uz dodatno poticanje turističkog prometa s naglaskom na cijelu destinaciju.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Osijek, Tržnica d.o.o., TZ Osijek

Rokovi realizacije aktivnosti: svaka prva subota u mjesecu; siječanj-prosinac 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: Uskršnji/Proljetni program/Šarana jaja bojama grada

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Uskršnji program koji kalendarski predstavlja početak proljetnih događanja u gradu Osijeku svojim bi sadržajem trebao integrirati prigodnu prodaju lokalnih obrtnika i proizvođača te ponudu dodatnog sadržaja za djecu.

U 2022. i 2023. godini pod pokroviteljstvom Grada Osijeka ostvarena je sinergija s gradskim poduzećima Unikom d.o.o. i GPP d.o.o. te su se pojedinačne aktivnosti pripremile sinergijski pod zajedničkim krovnom nazivom i vizualom „Uskrs u Osijeku“. U tom smjeru bi se i dalje razvijala ova manifestacija i tijekom 2024. godine. TZ grada Osijeka 2023. godine preuzela je organizaciju manifestacije Šarana jaja bojama grada te će isto nastaviti i u 2024. godini.

**TZ grada Osijeka snosi logistički dio troškova u vidu najma, postavljanja i popravaka izložbenih štandova te troškove programa, materijala i najave događaja*

Cilj aktivnosti:

Ponuditi građanima i turistima grada Osijeka sadržaj koji će ih motivirati na provođenje uskršnjih blagdana u Slavoniji, a ujedno im boravak u destinaciji učiniti atraktivnijim, zanimljivijim i ugodnijim.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Osijek, TZ grada Osijeka, Unikom d.o.o., GPP d.o.o.

Rokovi realizacije aktivnosti: ožujak/travanj 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: Festival cvijeća u Osijeku

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Festival cvijeća u Osijeku je manifestacija koja se već nekoliko godina odvija drugi vikend u svibnju kada se obilježavanja majčin dan. Uz bogatu ponudu cvijeća lokalnih proizvođača, obrta i tvrtki, te razne vrtno opreme i alata, posjetiteljima nudi zabavni i gastronomski program.

Program se radi u organizaciji Upravnog odjela za komunalno gospodarstvo grada Osijeka koje provodi aktivnosti sinergijskog povezivanja obrazovnih ustanova na području grada Osijeka i teme prirode i cvijeća. Sama svrha manifestacije je oživjeti parkove i događanja u njima, te posjetitelje potaknuti da osvijeste problem zaštite okoliša.

**TZ grada Osijeka snosi dio organizacijskih i promotivnih troškova*

Cilj aktivnosti:

Pozicionirati Osijek kao grad parkova i osvijestiti posjetitelje o potrebi očuvanja okoliša, s naglaskom na zelene površine u cijelom gradu.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Osijek i TZ grada Osijeka

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: Osječke ljetne noći i dodatni ljetni program u gradu

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Osječke ljetne noći naziv su programa koji ima dugu tradiciju i koji obuhvaća tri događaja zadnji petak ili subotu tijekom lipnja, srpnja i kolovoza.

Tijekom ljetnih mjeseci želi se obogatiti program na gradskim ulicama i trgovima u središtu grada kroz raznovrsne gastronomske, zabavne, glazbene i brojne druge sadržaje za sve uzraste s ciljem privlačenja što više posjetitelja.

U 2021. godini program „Osječke ljetne noći“ integrirao se u krovni projekt „Ljeto u Osijeku“ koji se radio u organizaciji Grada Osijeka, TZ grada Osijeka i Kulturnog centra Osijek te svojim novim konceptom koji je obuhvatio „preseljenje“ manifestacije na prostor uz rijeku Dravu donio novine i osvježenje u već tradicionalne konture manifestacije.

Tijekom 2024. godine zadržao bi se ovaj koncept uz dodatnu nadogradnju selektivnog sadržaja koji bi i tematski mogao dodatno obojati svaki pojedini ljetni mjesec.

Poštujući tradiciju i veliki interes koji ova manifestacija pobuđuje kod lokalnog stanovništva ali i šire, kreiranjem dodatnih sadržaja, jačom suradnjom s lokalnim ugostiteljima, potencijalnim proširenjem manifestacije na dva dana te dodatnom promocijom manifestacija ima potencijal pozicionirati se kao osječki urbani ljetni ulični festival.

**TZ grada Osijeka snosi sve organizacijske i promotivne troškove*

Cilj aktivnosti:

Cilj ove manifestacije razvoj je turističke ponude grada tijekom ljetnih mjeseci. Program bi trebao pokazati eno-gastronomsko bogatstvo grada, ali i okolice te dati priliku udrugama, kulturno-umjetničkih društvima, mladim glazbenicima te glazbenim skupinama da prezentiraju svoj rad, što se ujedno ocrtava i na promociju samoga grada Osijeka.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Osijek i TZ grada Osijeka

Rokovi realizacije aktivnosti: zadnji vikend u lipnju, srpnju i kolovozu 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: Osječko ljeto kulture

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Osječko ljeto kulture je manifestacija koja se održava od 2000. godine te je postala nezaobilaznim dijelom turističke i kulturne ponude kako grada Osijeka, tako i cijele Slavonije. Iako je uobičajeno trajanje manifestacije 15 dana, od 2022. godine Osječko ljeto kulture je građanima i posjetiteljima ponudilo ljeto kulture u pravom smislu te riječi - 70 programa u 60 dana, uz posebnu svečanost otvorenja na Trgu Vatroslava Lisinskog u Tvrđi. Osječko ljeto kulture najveći je i sveobuhvatan kulturni program Slavonije i Baranje, koji svoj fokus gradi na širini ponude kulturnih sadržaja uz pristup koji njeguje autorski potpis i razvoj publike. U svom novom konceptu, kroz trajanje od puna dva mjeseca, OLJK privlači posjetitelje iz jednog vrlo širokog bazena publike čineći time Osijek Slavonskom kulturnom metropolom i jednom od diseminacijskih točaka autentične hrvatske kulture. Zastupljenost tradicije, klasike, urbane kulture, suvremenog izričaja te kontakt prema različitim vidovima publike i paralelno prisustvo različitih žanrova, čini OLJK jedinstvenom, među velikim nacionalnim manifestacijama. Osječko ljeto kulture nudi posjetiteljima jedinstveni doživljaj kulture kroz mnogobrojne programe tijekom srpnja i kolovoz, te tako obogaćuje turističku ponudu grada u ljetnim mjesecima.

**TZ grada Osijeka snosi dio organizacijskih i promotivnih troškova*

Cilj aktivnosti:

Cilj ove manifestacije razvoj je kulturno-turističke ponude grada tijekom ljetnih mjeseci.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Osijek, Kulturni centar Osijek i TZ grada Osijeka

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj i kolovoz 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: Program obilježavanja Dana grada - Lampionada

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Program u svrhu obilježavanja Dana grada koji se odvija tijekom mjeseca studenog, a završava 02.12. aktivno uključuje učenike od petog do osmog razreda svih osnovnih škola s područja Osijeka i okolice, te Zajednicu tehničke kulture, Društvo pedagoga tehničke kulture, Muzej Slavonije, Ured gradonačelnika grada Osijeka i Upravni odjel za školstvo grada Osijeka kroz izradu i izložbu lampiona. Kod ovog programa naglasak je na kreativnom, pedagoškom i edukativnom karakteru koji potiče mlade sugrađane da kroz izrađene lampiona iskažu ljubav i poštovanje prema svome gradu.

**TZ grada Osijeka snosi troškove nabave materijala, izradu plakata, zahvalnica i diploma; dijelom sudjeluje u osiguranju nagrada te organizaciji programa*

Cilj aktivnosti:

Obilježavanje dana grada, te njegova promocija kroz isticanje simbola, znamenitosti i posebnosti grada unutar programa Lampionade

Nositelj aktivnosti i partneri: TZ grada Osijeka, Zajednica tehničke kulture, Društvo pedagoga tehničke kulture, Muzej Slavonije, Ured gradonačelnika grada Osijeka i Upravni odjel za školstvo grada Osijeka

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.200,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni i prosinac 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: Advent u Osijeku

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Manifestacija „Advent u Osijeku” predstavlja integrirani i potencijalno sve značajniji element turističkog razvoja i marketinškog plana grada Osijeka, kao nositelja većine ljudskog i financijskog potencijala regije te kao prometnog, kulturnog, gospodarskog i znanstvenog središta Slavonije i Baranje. Kao manifestacija primarno okrenuta lokalnom stanovništvu, ali i jednodnevnim posjetiteljima iz bliže i dalje okolice, svojim ugostiteljskim, glazbenim, zabavnim i gastronomskim sadržajem postala je za regiju značajan turistički proizvod. Svim turistima i posjetiteljima omogućeno je uživanje u predblagdanskim čarima grada kao i konzumiranje svih dodatnih kulturno umjetničkih sadržaja koji se organiziraju u gradu.

Potencijal manifestacije vidi se u mogućnosti uključivanja i povezivanja kulturnih i sportskih institucija, gradskih poduzeća i zajednice na način da se logistički ali i programski napravi sinergija svih aktivnosti u mjesecu prosincu i zajedničkim medijskim nastupom dobije cjelovita snažna slika Osijeka kao pozitivne, jedinstvene i atraktivne cjeline.

**TZ grada Osijeka uz pokroviteljstvo grada Osijeka, kreator je koncepta adventskog programa i nositelj većine organizacijskih i promotivnih aktivnosti i troškova*

Cilj aktivnosti:

Konstantno osmišljavanje i nadopunjavanje turističke ponude Adventa kroz realizaciju različitih dodatnih sadržaja i programa radi stvaranja imidža Osijeka kao poželjne regionalne adventske destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZ grada Osijeka, Grad Osijek, OBŽ, Kulturni centar Osijek

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: Božićna bajka u osječkom tramvaju

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Božićna bajka u osječkom tramvaju program je koji organizira Gradski prijevoz putnika d.o.o. uz pokroviteljstvo Grada Osijeka i sufinanciranje TZ grada Osijeka. Radi se o programu koji tijekom manifestacije Advent u Osijeku posebno osmišljenim programom animira djecu vrtićke i školske dobi. Tramvaj pod nazivom Božićno selo 2021. godine izazvao je nevjerojatno zanimanje medija i korisnika i pokazao da je atrakcija vrijedna ulaganja, stoga će TZ grada i dalje poticati ovakve aktivnosti.

**TZ grada Osijeka već tradicionalno sudjeluje u dijelu organizacijskih troškova*

Cilj aktivnosti:

Dodatnim sadržajem obogatiti adventsku ponudu u Osijeku.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Osijek, Gradski prijevoz putnika d.o.o. i TZ grada Osijeka

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: Monarhija – Festival ulične umjetnosti

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Ulični festival kao ideja iz koje se počela graditi slika jednog novog programa, osmišljenog baš za Tvrđu, programa inspiriranog Tvrđom. Povod je bio završetak radova, a motiv proslava za sve naše građane i njihove goste. Festival ulične umjetnosti, dostojan careva – Monarhija novog doba. Monarhija zabave u kojoj je svaki posjetitelj vladar svoga vremena, vladar zabave i vladar novih prekrasnih ulica Tvrđe.

**TZ grada Osijeka snosi dio organizacijskih troškova*

Cilj aktivnosti:

Razvijen turistički proizvod koji predstavlja dodatni motiv dolaska.

Jedinstvenost manifestacije:

Manifestacija je dovoljno kvalitetna i zanimljiva da sama po sebi bude zanimljiv motiv dolaska.

Nositelj aktivnosti i partneri: Kulturni centar Osijek, Grad Osijek, OBŽ, TZ grada Osijeka

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2024.

NAZIV MANIFESTACIJE: HeadOnEast

HeadOnEast festival je izvanredno kulturno i gastronomsko iskustvo koje se svake godine odvija u Osijeku. Ovaj festival je postao sinonim za hedonizam i slavlje života u prekrasnom okruženju Slavonije i Baranje

Festival se održava na različitim lokacijama u Osijeku, a svaka od njih pruža posebnu čar i atmosferu. Stara Tvrđa, Europska avenija, parkovi posvećeni hrvatskim kraljevima – svi ovi prostori postaju mjesto gdje se susreću ljubitelji kulture, glazbe, hrane i vina.

Glavna poruka festivala je hedonizam, a posjetitelji su pozvani da uživaju u malim stvarima, svježim i domaćim proizvodima te da žive život ispunjeno i u balansu. Festival nudi širok spektar aktivnosti i događanja, uključujući umjetnost svjetla, vrhunska vina, craft piva, gastronomske delicije i koncerte s izvanrednim glazbenicima.

**TZ grada Osijeka sufinancira dio organizacijskih troškova*

Cilj aktivnosti:

Konstantno osmišljavanje i nadopunjavanje turističke ponude HeadOnEasta kroz realizaciju različitih dodatnih sadržaja i programa radi stvaranja imidža OBŽ-a i Osijeka kao poželjne hedonističke destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZOBŽ, OBŽ; TZ grada Osijeka, Grad Osijek,

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2024.

Potpore ostalim manifestacijama

Opis i cilj aktivnosti: Godišnjim planom i programom rada TZ grada Osijeka predviđena su i sredstva za potpore ostalim manifestacijama tijekom 2024. godine koje se iz nekih opravdanih razloga ne uspiju prijaviti Javni poziv, ali su tijekom tekuće godine podnijele zamolbu za uključenjem TZ grada Osijeka u sufinanciranje njihove manifestacije. Tu se radi o manjim potporama onim organizatorima za čije se događaje utvrdi da imaju promocijski značaj za destinaciju, ali isto tako i opravdani ekonomski učinak.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

2.3.2. POTPORE MANIFESTACIJAMA IZ PROGRAMA JAVNOG POZIVA

Planirana sredstva: 89.000,00 EUR

Potpore manifestacijama planirane su sukladno objavi Javnog poziva za iskaz interesa za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore iz programa „Potpore turističkim manifestacijama u 2024. godini“, te valorizaciji pristiglih prijava na temelju propisanih kriterija. Javni poziv bit će objavljen u siječnju 2024. godine.

Važan kriterij odabira osim ostvarenih bodova bit će i procjena koliko svaka pojedina manifestacija doprinosi rastu i razvoju turizma u vidu unapređenja/obogaćivanja turističkog proizvoda/ponude, podizanju kvalitete u destinaciji, te povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa. Također, važan cilj manifestacije kojoj se odobrava potpora treba obuhvatiti i promociju grada Osijeka u zemlji i inozemstvu te sudjelovanje u stvaranju prepoznatljivog imidža grada Osijeka kao regionalnog središta u turističkoj destinaciji u kojoj se nalazi.

Broj bodova je samo jedan od kriterija na bazi kojeg bi se odlučivalo o iznosu potpore pojedinoj manifestaciji. Ostali kriteriji za definiranje iznosa potpore odnosili bi se na financijsku konstrukciju manifestacije i dostupnost drugih kanala financiranja, kao i ostale relevantne faktore o kojima bi članovi Turističkog vijeća raspravljali u procesu donošenja zajedničkog prijedloga.

Potpore će biti planirane prema planiranim kriterijima iz Javnog poziva:

1. Dodjela bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice grada Osijeka (dalje u tekstu TZGO) za :
 - TOP manifestacije od nacionalnog značaja koje se održavaju na području grada Osijeka (TOP manifestacije su prepoznatljiva događanja, održana najmanje dva puta u posljednjih pet godina za koja se procjenjuje da su motiv dolaska velikog broja posjetitelja te imaju jak promidžbeni učinak u zemlji i inozemstvu)
 - manifestacije od regionalnog i lokalnog značaja na području grada Osijeka

2. Dodjela nefinancijske potpore projektima i manifestacijama u vidu osiguranja organizacijsko - logističke potpore (kućice, štandovi, turistička vođenja, promo materijali, promidžba i dr.) na širem području destinacija koje gravitiraju gradu Osijeku

Bespovratna sredstva potpore mogu se dodijeliti i koristiti isključivo za manifestacije koje se održavaju tijekom 2024. godine. Sredstva bi bila namijenjena za sufinanciranje troškova nabave roba i usluga za neposrednu realizaciju manifestacija i to:

- Najam opreme (audio i vizualna tehnika, pozornica i dr.)
- Nabava radnog/potrošnog materijala vezanog za organizaciju manifestacije
- Najam prostora za održavanje manifestacije
- Najam prijevoznih sredstava u svrhu prijevoza organizatora i izvođača vezan uz organizaciju manifestacije
- Troškove smještaja, putne troškove izvođača i vanjskih suradnika
- Honorare (temeljem ugovora) izvođača i vanjskih suradnika
- Troškove promocije manifestacije (izrada promotivnih brošura ,oglašavanje u tisku, na radiju, vanjsko oglašavanje, online oglašavanje,)
- Usluge zaštitarske službe
- Druge troškove neposredne organizacije manifestacije, a koje TZGO smatra opravdanim.

Napomena: u svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, organizatori manifestacije moraju jasno istaknuti logo TZGO.

2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Planirana sredstva: 28.271,16 EUR

2.4.1. Poticanje i pomaganje ekološke udruge Vodenica

Planirana sredstva: 6.636,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: U segmentu upravljanja turističkom infrastrukturom u suradnji s Gradom Osijekom izdvajamo potporu projektu „Mlinarev put“ – Vodenica na Dravi. Sukladno IPA prekograničnom projektu “Mlinarev put“ u sklopu kojeg je Grad Osijek kao nositelj projekta izradio repliku stare vodenice na rijeci Dravi, TZ grada u suradnji s udrugom „Vodenica“ radit će na osmišljavanju dodatnog turističkog programa za posjetitelje koji bi uključivali razgled objekta, upoznavanje s načinom rada, te kušanje proizvoda koji nastaju na vodenici. Projekt „Mlinarev put“ kao novostvorena turistička atrakcija potencijal je za proširenje turističke ponude u destinaciji. TZ grada Osijeka, u dogovoru s Gradom Osijekom podupire projekt u vidu podmirenja godišnjih potreba za rad osoblja na projektu.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO i Grad Osijek

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 6.636,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

2.4.2. Poticanje i pomaganje stalne izložbe vodenog svijeta

Planirana sredstva: 6.635,16 EUR

Opis i cilj aktivnosti: Na inicijativu Grada Osijeka, gospodin Vladimir Filipović, vlasnik privatne zbirke školjaka, puževa, koralja, te fosilnih ostataka s dna Panonskog mora i predsjednik udruge „Gloria Maris“, postavio je izložbu „Vodeni svijet“ te time obogatio turističku ponudu grada i regije. Ova rijetka zbirka predstavlja potencijal turističkog razvoja i suradnje s obrazovnim institucijama. TZ grada Osijeka i dalje bi snosila troškove osoblja i interneta.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO i Grad Osijek

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 6.635,16 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.(u jednakim mjesečnim obrocima)

2.4.3. Smeđa signalizacija

Planirana sredstva: 4.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: Postavljanje smeđe signalizacije spada u redovne zadaće TZ grada Osijeka. Zbog potrebe postavljanja novih tabli za novootvorene objekte te ažuriranja postojećih turističkih sadržaja i objekata planiraju su određena sredstva u 2024. godini. Ova turistička infrastruktura podiže nivo informiranosti posjetitelja i njihovog lakšeg snalaženja prilikom obilaska destinacije bilo da su u grupi ili su individualni putnici.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO i Signum d.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

2.4.4. Nabava nove i održavanje postojeće opreme

Planirana sredstva: 4.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: Najam i tekuće održavanje opreme koja je dana TZ grada na upravljanje u vidu kućica i štandova.

Nositelj aktivnosti i partneri: SIOS, TZGO i Zadruga Neovisnost

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

Planirana sredstva: 3.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: TZ grada Osijeka prethodnih je godina podržavala turističko-animacijske programe u vidu podržavanja udruge turističkih vodiča na način da su sufinancirane tematske turističke ture i vođenja u svrhu obogaćivanja turističke ponude grada, ali i okolice. Tematska turistička vođenja organizirana su

kao nefinancijski vid podrške i proširenja ponude različitim manifestacijama, kao podrška kongresnom turizmu, te kao animacija i ulaganje u informiranost lokalnog stanovništva koje predstavlja najbolje i najvjerodostojnije ambasadore svake destinacije.

TZ grada Osijeka u razdoblju od 2023.-2026. godine nastavila bi biti podrška turističkoj industriji u vidu operativne ali i financijske podrške.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Planirana sredstva: 355.000,00 EUR

3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRENDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA

Planirana sredstva: 23.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: TZ grada Osijeka planira određena sredstva za županijsko i nacionalno oglašavanje turističkih proizvoda grada Osijeka i općenito destinacije. U koordinaciji i suradnji s Gradom Osijekom i RTZ, aktivnosti će se odnositi na oglašavanje putem tiska, radija, digitalnih on-line medija, oglašavanja u vanjskom prostoru i dr. Aktivnosti oglašavanja destinacijskog brenda su u nadležnosti RTZ.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ, Grad Osijek

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 23.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

3.4. MARKETINŠKE POSLOVNE SURADNJE

Planirana sredstva: 300.000,00 EUR

Nastavno na Ugovor za promotivne kampanje sa strateškim partnerima između HTZ-a, TZOBŽ-a i TZGO, te nastavno na Ugovor o strateškom partnerstvu između TZOBŽ-a, TZGO i ZLO, te potpisanog dokumenta o Zajedničkom projektu promocije destinacije i turističkih proizvoda na području pokrajine Bavarske, SR Njemačka te Velike Britanije planira se nastavka aktivnosti po istom principu.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ, HTZ, ZLO, Croatia Airlines d.d., Ryanair

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 300.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

Planirana sredstva: 4.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: TZ grada Osijeka tijekom 2024. godine sudjelovala bi u nastupima na sajmovima te po potrebi imala posebne prezentacije turističke ponude destinacije na ciljanim tržištima u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom temeljem Godišnjeg plana rada regionalne turističke zajednice.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

Planirana sredstva: 3.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: S ciljem pružanja podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata, u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om, TZ grada Osijeka financirala bi dio raspoređenih troškova tijekom 2024. godine.

Svrha ovakvih posjeta je informiranje ciljnih skupina generalno o ponudi destinacije ali i o specifičnim vrstama turističkih sadržaja kao što su kulturni, sportski, kongresni, eno-gastronomski, zdravstveni turizam, školske ekskurzije, poslovni turizam i ostalo. Rezultati ovakvih posjeta najčešće budu afirmativni prilozi o destinaciji i novo kreirani turistički aranžmani.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

Planirana sredstva: 10.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: Osnovna svrha svim promotivnim materijalima pružanje je informacija o destinaciji. Izrada materijala iznimno je važan korak jer se putem njih turisti po prvi puta susreću s destinacijom, ali se putem njih i domaći pružatelji usluga informiraju o turističkoj ponudi u svojoj destinaciji.

U svrhu izrade i distribucije informativnih materijala, TZ grada Osijeka u tijeku je pripreme i realizacije seta novih promotivnih materija koji bi obuhvatili izradu i dodatno tiskanje tematskih deplijana i tematskih karata uz daljnju informatizaciju istih kroz izradu interaktivnih materijala.

TZ grada Osijeka vodit će se postojećim strateškim dokumentima:

- Strateški marketinški plan turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025. godine
- Strateški marketinški plan za Osječko-baranjsku županiju od 2019.-2025.

te svoje aktivnosti koordinirati s regionalnom turističkom zajednicom.

U skladu s postojećim profilima TZ grada Osijeka stvarat će, održavat će i redovno kreirati sadržaj na svojim društvenim mrežama.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

3.8. INTERNETSKE STRANICE

Planirana sredstva: 7.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: TZ grada Osijeka nastavit će upravljati određenim sadržajem na postojećoj Internet stranici www.tzosijek.hr.

U svrhu stvaranja, održavanja i redovnog kreiranja novog sadržaja na svojoj web stranici tijekom 2024. godine TZ grada Osijeka planira različite aktivnosti u suradnji s vanjskim suradnicima.

Budući da postojeća web stranica nije „user friendly“, te da je i CMS sustav zastario i kao takav je zahtjevan i otežava ažuriranje podataka i fotografija, izvršena je prijava izrade nove stranice kroz apliciranje jednog od Interreg projekta.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 7.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

Planirana sredstva: 8.000,00 EUR

Opis i cilj aktivnosti: TZ grada Osijeka sudjelovat će i nadalje u ažuriranju Kataloga dobavljača koji provodi Regionalna turistička zajednica u vidu prikupljanja i dostave detaljnih podataka o ponudi na razini grada Osijeka, logističkih i drugih podataka, namijenjenih prije svega turističkim agencijama i organizatorima kongresnih programa.

Kao i u prethodnom razdoblju TZ grada Osijeka tijekom 2024. ažurirat će detaljno sve postojeće turističke baze podataka o ponudi i potražnji u destinaciji, te će iste po potrebi dostavljati regionalnoj turističkoj zajednici i HTZ-u. U svrhu kreiranja što kvalitetnijeg sadržaja kako kroz web stranicu, društvene mreže, promo materijale, ali i za potrebe promocije na drugim nivoima TZ grada Osijeka nastavit će ulagati u razvoj banke fotografija i pisanih materijala i prijevoda koji se odnose na grad Osijek i destinaciju. U 2024. godini TZ grada Osijeka planira kontinuiranu izradu kratkih sadržajnih video uradaka.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

Opis i cilj aktivnosti: Ured TZ grada Osijeka i TIC na adresi Županijska 2, Osijek, najizloženiji su informacijski punkt za sve posjetitelje i lokalno stanovništvo u destinaciji. Kao takav obavlja informativne poslove u vezi s turističkom ponudom, za sve koji fizički dođu u ured, ali odgovara i na sve usmene i pismene upite. Turistički radnici zaposleni u TZ grada Osijeka nužno moraju imati visok nivo informiranosti budući da su upiti često vezani i za ponudu koja nadilazi ponudu Osijeka i Osječko-baranjske županije, a tiče se cijele destinacije Slavonija.

TZ grada Osijeka tijekom 2024. i dalje će redovito obrađivati sve podatke o turističkom prometu s ciljem redovitog informiranja ključnih dionika te izrađivati i dostavljati potrebna izvješća za Tijela Zajednice, Gradsku upravu, HTZ, Ministarstvo turizma i sporta te ostale za koje je to zakonom propisano ili institucije i osobe koje pismenim putem kontaktiraju TZGO.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Planirana sredstva: -

4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE/Evisitor

Opis i cilj aktivnosti: Tijekom 2024. godine TZ grada Osijeka nastavit će upravljati sustavom eVisitor i drugim sustavima u suradnji s Glavnim uredom . Također nastavit će suradnju s HTZ-om u projektu Hrvatski digitalni turizam u sklopu kojeg je izrađen novi turističko-informacijski portal – www.croatia.hr koji će prikazivati cjelovitu turističku ponudu Hrvatske te omogućiti promociju svake destinacije, na poddomeni svoje destinacije. TZ grada Osijeka radit će na produciranju novih, traženih materijala uz korištenje uputa o opremanju tekstova koje smo dobili u inicijalnom mailu.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

Opis i cilj aktivnosti: TZ grada Osijeka tijekom 2024. godine podržat će sustave nagrađivanja, priznanja i postignuća u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i Glavnim uredom.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA

Opis i cilj aktivnosti: U suradnji s resornim upravnim odjelima Grada Osijeka, te gradskim komunalnim poduzećem i ostalim dionicima u turizmu s područja grada Osijeka, TZ grada Osijeka tijekom 2024. godine radit će na poboljšanju općih uvjeta boravka turista u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGO, TZOBŽ

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

5. ČLANSTVO U STRUKTOVNIM ORGANIZACIJAMA

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Planirana sredstva: 140.928,84 EUR

Sukladno oporavku turističkog sektora, generalno povećanju obima posla u TZ grada Osijeka i slijedom razvoja novih proizvoda i manifestacija nužno je zapošljavanje jedne do dvije nove osobe u 2024. godini. Kako bi se osigurali preduvjeti za raspisivanje Javnog natječaja nužno je tijekom 2024. godine usvojiti novu Sistematizaciju radnih mjesta.

6.1. PLAĆE

Planirana sredstva: 95.560,42 EUR

Opis: Troškovi za plaće planirani su na bazi nove sistematizacije radnih mjesta kao realnog optimuma za kvalitetno obavljanje svih poslova iz domene zadaća TZ.

Nositelj i partneri: TZGO

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 95.560,42 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

Planirana sredstva: 44.041,19 EUR

Opis: Materijalni troškovi navedeni u planu predstavljaju troškove funkcioniranja ureda turističke zajednice koji obuhvaćaju režijske troškove, zakup prostora, uredsku opremu i materijal, održavanje prostora, troškove platnog prometa, odvjjetničke i javnobilježničke troškove, troškove poštarine i slično.

Nositelj i partneri: TZGO

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 44.041,19 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE
Planirana sredstva: 1.327,23 EUR

Opis: Za 2024. godinu planirani su troškovi organizacije rada tijela turističke zajednice.

Nositelj i partneri: TZGO

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.327,23 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024.

8. REZERVA

Planirana sredstva: 5.000,00 EUR

Opis: Rezerva do 5% za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti. Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti.

Nositelj i partneri: TZGO

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024 .

TZ grada Osijeka

Tajana Rogulja, direktorica