

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ILOKA

Turistički ured

**PRIJEDLOG
IZVJEŠĆA O RADU
S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM
ZA 2015. g.**

veljača 2016.g.

Rad i poslovanje 2015.g. temeljili smo na planu i programu rada, sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, našem Statutu, financijskim pravilima za neprofitne organizacije, pravilima i uputama HTZ-a, Operativnom marketinškom planu turizma RH, planovima TZVSŽ, našim aktima te aktivnostima Grada Iloka, članova zajednice i subjekata s kojima surađujemo, u realnom okruženju naše sredine i šire, balansirajući između slabosti i prednosti, započetog, potrebitog, planiranog i mogućeg. Programsko-financijsko djelovanje tijekom 2015.g. usklađivali smo i prilagođavali realnom tijeku i stanju. Očekivao se proces preustroja sustava TZ-a u sustav DMO no to se nije dogodilo, zakon je i dalje bio u domeni oblikovanja i rasprave, a to je izuzetno važno jer formalni oblik budućeg ustroja mogao je biti problem i kočnica ukoliko bi ušli u aktivnosti i poslove koji se protežu izvan jedne godine, odnosno zbog upitnog načina i razdoblja prilagodbe.

Uz nažalost poznato opće loše do kritično stanje, na svim razinama, od svakog poduzetnika i građana ponaosob, preko lokalnih zajednica i države te čitave regije pokušavali smo održati sliku poželjnog odredišta, odrađivati i poticati turističke aktivnosti u cilju ostvarenja prometa i održanja pozicije. Očekivali smo da će marketinško-promocijske aktivnosti programa Hrvatska 365–destinacijski PPS pridonijeti većoj promociji i interesu na domaćem i osobitom stranom tržištu ali te aktivnosti na nacionalnoj razini nisu bile intenzivne.

Očekivani planski porast bio je 10-15% više turista. Realno stanje na kraju 2015.g. pokazuje da je ostvareno povećanje dolazaka za **13%** te noćenja za **28%**, od čega domaći gosti imaju porast 23%, a strani 45%. Ukupno je 7.794 noćenja, odnosno naknadnim analizama boravišne i noćenja brojka je malo veća, 7.950, (bez objekata koje nismo u mogućnosti pratiti i koji službeno ne spadaju u komercijalni turistički sektor). Tijekom godine jedna nova smještajna jedinica se otvorila, jedan obveznik je ugasio aktivnost iznajmljivanja soba u domaćinstvu, dok je jedan objekt izvršio preregistraciju. Negativno su na promet utjecali događaji s migrantima u našoj sredini (otkazivanja), ali su sa druge strane to nadoknadili mediji i drugi koji su isto pratili. Porast nam je bio jedan od ciljeva za 2015.g., stabilizirao se broj i domaćih i stranih turista što se nastavilo i u siječnju 2016. No, i dalje smo primarno dnevna, izletnička destinacija sa puno većim brojem takvih turističkih dolazaka nego noćenja što se konstantno pokušava-lo promjeniti jer je ključno za ukupne prihode i širi efekt.

Kretanja u trogodišnjim intervalima: 2009. > 2.640 2012. > 5.792 2015. > 7.950

Ukupno je u 2015.g. bilo 173 redovna ležaja te 46 pomoćnih, što zajedno čini 219 max registranog kapaciteta. Prosječna puna popunjenost bila je manja je od 50 dana, s tim da su 3 objekta iznad tog prosjeka i nose gotovo 90% prometa. Neki iznajmljivači iako registrirani nisu uopće ostvarivali promet i djelatnost što je nužno dodatno analizirati i utvrditi, a glede boravišne pristojbe nisu paušalni.

I dalje dominantno noće domaći gosti (72,4%). Najviše stranih gostiju odnosno noćenja u 2015. dolazilo je iz: Njemačke, Švedske, Austrije, Italije, Srbije, BiH, V. Britanije, Francuske i dr., a na dunavskim cruiserima ih je najviše iz SAD, Kanade, Njemačke, Australije... Cyclo turisti su najviše iz europskih zemalja poput Njemačke, Francuske, Italije, Austrije, Španjolske... Ove godine smo izgubili dio brodskih pristanaka zbog agenata-brodara koji nisu htjeli prolaziti autobusima rutom na kojoj se nalazi migrantski kamp! Što je rezultiralo manjim brojem gostiju od planiranog, ca 600 pax manje, na ukupno 22 predviđena pristajanja (konačne podatke lučke uprave još nemamo).

Kako smo zadali i predvidjeli planom, u 2015.g. radili smo na na promociji atraktivnosti i sadržajnosti destinacije, lokalnoj, županijskoj i drugoj koordinaciji suradnji i razvoju, prilagodbi oragnizacijsko-zakonskim uvjetima i promjenama, pratili, analizirali i izvješćivali o navedenom. U financijskom dijelu dolazilo je do promjena, stanje se mijenjalo, od kritično lošeg stanja sredstava na računu koja paraliziraju djelovanje i planiranje, do stabiliziranja kroz racionalizaciju u prvom dijelu godine sve do kolovoza, te u drugom djelu godine oprihodovanje sredstava prethodnih razdoblja (devizna sredstva preko Dcc aktivnosti) te konačnog povrata utroška po

projektu Secret wine (krajem godine), stoga se izvršio rebalans u listopadu kako bi se plan i realno stanje i nova procjena što više uskladili.

Elementi godišnjeg Izvješća o radu u 2015. - prema zadanom konceptu sustava planiranja i izvješćivanja TZ-a kako slijedi:

1. Administrativni marketing i troškovi

Za obavljanje predviđenih poslova zajednice neophodno je imati osnovno: turistički ured, djelatnike, sredstva, opremu, prostor. Do sredine ljeta konstantno svaki dan u uredovnom vremenu osnovne informativno-tehničke uredske poslove ureda koji je u zgradi poglavarstva pokrivali su gradska pripravnica i direktor ureda, a u ured su jedno vrijeme bila raspoređena dva pripravnika, od toga je drugi proveo na pripravičkom radu 4 mjeseca, iz razloga što je već čekao poziv za radno mjesto te nije bilo ni prostora za dublje i ozbiljnije uključivanje u poslove iako je kvaliteta kadar, dok je pripravnici istekao ugovor tijekom ljeta. Bavila se uglavnom osnovnim uredskim poslovima, pripomoći pri organizaciji, te dežurstvom pri telefonu i e- mailu za eventualno promptno rješavanje onoga što je po primljenim znanjima i obuci mogla samostalno. Naknadno se istu nakratko angažiralo za pripomoć tijekom završnih dana realizacije Iločke berbe grožđa, nažalost zadržati se nije moglo. Direktor je podučavao, nadgledao i i brinuo o njihovim aktivnostima, obvezama i mogućnostima učenja i rada. Zbog specifičnosti posla i samo jednog stalnog uposlenika ovisno o potrebama, vrsti poslova i obveza dio radnog vremena se provodio na terenu. Vikendom i za blagdane direktor je također često imao službene i stručne obveze vezano za poslove i aktivnosti zajednice Tako da su fleksibilnost i specifičnost nestandardnog radnog vremena bile neizmjernost. Dio privatnog vremena i resursa korišten je za dodatni angažman, učenje, edukativno istraživanje i slično, za potrebe zajednice jer se u redovno vrijeme ne stigne odnosno aktivnosti i obveze ne vežu se samo uz uredsko radno vrijeme.

Vođenje knjigovodstva bilo je u nadležnosti vanjskog knjigovođe s kojim se stalno surađivalo po svim računovodstveno-financijskim pitanjima i administraciji tog segmenta, utrošena sredstva na ove usluge-rad ubrojena u uredske troškove. S obzirom na redovnog uposlenika dio troškova odnosi na plaću istog, isključivo namjenski iz proračuna grada, dok se ostali troškovi u ovom odjeljku odnose na uredski materijal, sitni inventar, telefon, internet komunikaciju, usluge banke, Fine, pošte, materijalne troškove i drugo sukladno zadaćama i računovodstvu neprofitnih organizacija.

Ured, zajednica i sam direktor bili su predmet pozitivne i negativne pažnje, razumijevanja i nerazumijevanja uloge i zadaće u našoj maloj sredini, dobronamjerno ili zlonamjerno, utemeljeno ili neutemeljeno, bilo je potrebno i važno održati i zaštititi osobnu profesionalnost ali i zaštititi interes zajednice i destinacije, a ocjenu svega su ovlaštena dati tijela zajednice. Situacija je slična i za ključne turističke subjekte-lokacije, stvorio se svojevrsni odmak i izdvajanje ovog sektora i zajednice u odnosu na lokalnu zajednicu, iz razloga što usudimo se reći, opći interesi i stavovi možda ne podržavaju dovoljno, ne percipiraju i ne uvažavaju sektor na adekvatan način. Nedostajalo je s jedne strane kvalitetne profesionalne suradnje i zajedništva te s druge strane zajedničke pozitivne afirmacije prema trećima (pri tome govorimo o sve tri razine, privatni tur.sektor, javni sektor-“grad”, ured..). Svojevrsni vakum postoji između turističkih atktivnosti i kretanja te lokalne sredine, onakve kakva je sada. Vizualni kontrasti pojedinačne ponude i cjeline destinacije dugoročno ne mogu opstati i mogu dovesti (ili već dovode!?) do pada ukupne atraktivnosti. Ovome se trebalo, odnosno treba dodatno posvetiti tijekom 2016.

Uz redovne propisane poslove ured je obavljao i poslove koji su se prvenstveno odnosili na koordinaciju i/ili organizaciju prigodom različitih projekata, manifestacija, prezentacija i akcija na razini jedinice Grada-lokalne samouprave, Klastera, sustava TZŽ, Županije, Laga, Tintla te drugih i stranih asocijacija. U Turističkom uredu se kontinuirano tijekom 2015. godine obavljali i

drugi administrativni i financijski poslovi, obrada stručnih i statističkih podataka u turizmu, vršena je analiza turističke članarine i boravišne pristojbe obrađivana kvartalna i druga izvješća i tablice po traženjima nadležnih.

Ured je u 2015. konstantno surađivao TZ VSŽ i HTZ, dostavljani su se traženi podaci, materijali, odluke i izvješća, a Program rada, Financijski plan, Izvješće o radu za 2014. godinu i Financijsko izvješće za 2014. godinu su dostavljeni na uvid.

Planirano preseljenje u kuriju Brnjaković u formu TIC-a nije još uvijek ni u 2015.g. uspjelo, jer nije pronađeno kvalitetno kadrovsko-tehničko-poslovno rješenje za ispunjenje te zadaće i funkcije. Za provođenje izborne skupštine i novi sastav tijela Zajednice bila je nužna prethodna analiza članstva i točnog udjela u prihodima kroz članarinu i boravišnu, a što smo potraživali od Porezne uprave te nismo dobili neophodan materijal ni očitovanje, čime smo dovedeni u veliki problem. Funkcioniranje nije bilo potpuno ispunjeno, očekivalo se i planiralo se da tijela Zajednice predsjednik, t.vijeće, skupština, n. odbor kroz svoje obveze, dužnosti i ovlaštenja i angažman sudjeluju u oblikovanju i realizaciji Programa rada, te kroz osobnu nazočnost sudjeluju u radu tijela, realizaciji aktivnosti, usklađivanju poslovanje održavanjem potrebnih sjednica, donošenjem akata i koordinacija na lokalnoj i drugoj razini.

U odnosu na izvorne prihode udio administrativnih (manje-više fiksnih) troškova je veći ali nužan za rad i podrazumijeva financiranje od strane osnivača u iznosu rashoda za djelatnika te uredskih potreba iz izvornih prihoda. Plaće djelatnika Turističkog ureda utvrđene su Pravilnikom o plaćama uposlenih u Turističkom uredu TZ grada Iloka koja je vezana za odluke Grada koje se tiču korisnika gradskog proračuna, te su u svezi istog tijekom 2014. utvrđene nepravilnosti pri uplatama i obračunu (manje od odlukama definiranih iznosa), navedeno se pokrenulo ispraviti i nastavilo rješavati u 2015. Isplate s gradskog računa na račun TZ u 2015. često su bile pred sam kraj mjeseca čime se ugrožavalo zakonske uvjete isplate plaće. Drugih primanja poput regresa, božićnica, cipelarina i sl. nije bilo. Gledajući pojedine elemente gore navođene i udio u kn: brutto plaće je 108.286, doprinosi 21.982, knjigovodstvo 8400, troškovi usluga banke 3.436, telefon-internet 6.697, fine 1412, ur. materijal 782 te druge usluge i troškovi.

Izvršavane osnovne zadaće, odnosno zakonsko planske obveze navedene su i pojedinačno u Izvješću o radu ureda i direktora. :

Administrativni troškovi ukupno:152.138,84 kn

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Unapređenje proizvoda, uređenost, novi isadržaji,projekti, manifestacije...

TZ je nastojala zajedno sa drugim subjektima jačati ulogu u upravljanju destinacijom, bila je članovima i Gradu Iloku na raspolaganju kako bi udovoljili i javne i tržišne potrebe te valorizirali resurse i uložene napore. Nije bilo adekvatne uključenosti u aktivnosti u staroj jezgri kako bi se mogli stručno uključiti u smjerove završetka radova i turističke valorizacije. Nastavili smo sa iznalaženju mogućnosti i aktivnosti integriranja i umrežavanja atrakcija, lokacija i proizvoda Podunavlja i Srijema te PPS Srijem i Slavonija kako bi stvarali uporišta za privlačenjem posjetitelja i produženje boravka. Partneri smo sa prekograničnim partnerima na programu iz dunavske strategije „Magic Danube trail“, na natječaj se kandidiralo 900 projekata, početkom 2015. odobreno konačno samo 20, no iako nije prošlo sada sve dokumentacijski napravljeno ostaje kao i pokrenuto partnerstvo, za druge prilike.

Pripremane su aplikacije za moguće nove projekte: Pregrada – “Wine evolution in Eu”, EUSDR - Start više kontakata i pregovora za partnerstvo sa nositeljima iz Rumunjske, Mađarske, Bugarske.

Ispunjeno i predano potrebno za partnerstvo sa UNWTO, Dcc i koordinatorima P3, a prema uputi iz M.turizma za D.strategiju kroz Danube transational program – project “Tourism

observatories” uključili Ilok kao jednu od pilot pograničnih destinacija, odnosno jedinu iz Hrvatske. U ime Grada obratili smo se za partnerstvo i suradnju regiji Tramin.

Nastavak rada na unapređenju eno-gastro turizma kroz program u suradnji sa TZŽ „Okusi Srijema i Slavonije“ – nabavke adekvatnog posuđa za uključene objekte, prezentacija i promocija jela iz ovog programa (Vinkovci, Zagreb, Ilok...), povezivanje sa programom „Muzej u loncu“ – dodatna istraživanja i pripremanje starih iločkih recepata, ovaj put u restoranu „Villa Iva“, promocija, prateća izložba, video. Izrađena promo brošura i dodatna profesionalna fotografiranja jela i objekata. Nagrada Eden prošle godine bila je upravo na temu lokalna eno-gastronomija i turizam stoga smo podnijeli zajedničku (vrlo složenu EU) kandidaturu sa TZŽ, odnosno pripadajućim gradskim i općinskim TZ-ma. Primili povjerenstvo na terenu, ušli u finale, prezentirali i promovirali kandidirano eno-gastro i turistički u finalu u Zagrebu, te naknadno lokalno na terenu koordinirali na snimanjima foto materijala naručenih od Htz za sve finaliste. Nastavak promocije i unapređenja projekta Zavičajnici – Nikola Iločki i sv. Ivan Kapistran, te Odescalchi – kroz postave u novim tehnologijama (virtualni prikaz - hologram), kostimi i drugo kandidatura sa TZŽ nije se uspjelo nastaviti u 2015. Edukacije „bike vodiča“ u suradnji TZŽ su realizirane ali niti jedan naš kandidat se nije uključio, obzirom na uvjete bilo je teško naći adekvatne osobe, jednu smo pronašli no u zadnji tren je kandidat odustao zbog nemogućnosti usklađivanja sa obvezama-poslom jer je dva vikenda trebalo posvetiti tome. Edukatori iz Istre mogu biti od pomoći u tom sektoru ubuduće, u sklopu ovoga održali su nam i korisnu radionicu o celo turizmu za Tz u Vinkovcima.

Manifestacije i događanja nisu i ne smiju biti dominirajući element u smislu uloženog vremena, rada i sredstava, no tomu baš i nije tako iz razloga što ne rasplazemo sa dovoljno drugih koji bi se time bavili, niti su iste dovoljno profesionalne, pomak je ostvaren kroz organiziranje i aktivnosti udruge Cuccium, koja je dijelom sebi postavila zadatke slična onima koje ima zajednica. U tom smislu smo i ostvarili, kontakte i suradnju te time obostrano ojačali.

Iločku berbu grožđa- našu najveću, najpoznatiju i najposjećeniju manifestaciju radili smo u ime grada i sa gradom te drugim sudionicima i partnerima po 48. put, kao i svake godine pokušavalo se napraviti poboljšanja, dopuniti, preoblikovati, sukladno vremenu, iskustvu i publici, odnosno širem tržištu. Središnji dio-dan nam je veliki problem napravilo loše kišno vrijeme te stvorilo organizacijske i programske poteškoće, te uvelike utjecalo na broj posjetitelja i financijski efekt za one koji su uložili trud da ga ostvare. Pored ove manifestacije najviše angažmana u suradnji sa klasterom i gradom ide na Vinkovo, koje smo po treći put zajednički radili i sufinancirali u produženoj vikend varijanti. Marketinški i promotivno koristilo se sve moguće kanale i načine, reklama, vidljivost i informiranost bila je velika. Uz pomoć sponzora imali smo i jumbo plakate na 15 lokacija (Zagreb, Osijek, Vinkovci). Ostale manifestacije koje su više lokalnog značaja ili prate odgovarajuće datume-događaje, promiču lokalnu tradiciju ili zanimljivosti te mogu pridonijeti kao dodatni sadržaj posjetiteljima radili smo kao suorganizatori i sufinancirali, ili samo sufinancirali ili promovirali. To su: Pokladno jahanje (uklopljeno u Vinkovo), događanja u sklopu berbe poput Noći vina, Petrovo u Šaregradu, manje etno događanja u Bapskoj, Mačkare i Katarinska, Malonogometni turnir, SremFilmFest, Božićni sajam, Nova Godina-doček na otvorenom. Sredstva:48. IBG 15.178kn, sufinanciranje/suorganizacija/donacije ostalih manifestacija i događanja ukupno 20.575kn, od toga najviše za Božićni sajam u suradnji sa U. Cuccium kao nositeljem te Novu Godinu doček na otvorenom kao bliski događaji (nositelji Grad i TZ), oko 8.000, te Vinkovo 5.500kn, ostalo u manjim iznosima. Ocjenjivanje i izložba vina Podunavlja nije se organiziralo, obzirom da TZ nije više jedini inicijator, a drugi, tj. vinski sektor nisu iz svojih razloga stigli ili mogli učiniti da se ovaj eno-gastro događaj realizira. Novu aktivnost, odnosno događaj „Srem film fest“, regionalni događaj sa međunarodnom potporom i značajem, natjecateljskog karaktera, na temu ekologija i turizam prihvatili smo nakon prvih sastanaka i konzultacija tijekom ljeta sa organizatorom, predstavnicima grada i udruge Cucium i drugih, krenulo se u realizaciju u rujnu. Dio aktivnosti koji je trebao ići uz ovaj događaj se

nažalost nije održao zbog tadašnjeg zatvaranja granica i opće nesigurne situacije s migrantima-izbjeglicama a gosti i mediji su morali upravo tim pravcima doći.

Naveli smo u planu da čistoću, izgled i uređenost na području grada teško možemo rješavati ili u većoj mjeri utjecati, sredstava preko natečaja za sadnice i uređenja i sl. nismo imali (za platiti unaprijed, pa povrat dijela, kao prethodnih godina), ukazivali smo na potrebu i mogućnost plana korištenja 30% sredstava iz boravišne pristojbe Gradu za poboljšanje uvjeta boravka u destinaciji. Poticali smo komunalne djelatnike za jaču kontrolu, sankcije i reakcije pri narušavanje okoliša i imovine. Pred kraj godine financirali smo nabavku i postavljanje dodatne tri stiske klupe kako bi popunili pozicije na kojima je to potrebno ili „zgodno“ (ispred platoa dvorca te pred knjižnicu).

Radili smo na proizvodima i projektima u suradnji sa domaćim i stranim partnerima: „Dunavska vinska ruta“, „SecretWine tours“, „Hrvatska 365 dana –destinacija Srijem i Slavonija“ i drugo u fazi pripreme. Dosta vremena u prvom dijelu godine direktoru je uzelo pripremanje završnog reporta za projekt Secret wine tour sobzrom nema toliko samostalnog projektnog Eu iskustva. Finalna Izvješće voditelja S.Moritz su odobrena, te su nam krajem godine i uplaćena-vraćena do tada utrošena sredstva te dio koji se odnosi na priznavanje indirektnih troškova partnerstva u projektu. Također dosta aktivnosti odnosilo se Dcc i posebno program Dunavska vinska (rimska) ruta, gdje smo također između radili i posebne prezentacije, imali studijske stručne obilaskе, prijem studijskih grupa, stručne-tematske radionice (dio i u Iloku u srpnju), pripremi za sajmove, brošure u kojima Ilok ima poziciju, komunikacijske alate i sl. Ostvarena je suradnja sa SWG -financiranje za Vinkovo i Iločku berbu grožđa te zajednički sajamski nastup. Pripremane su, poslane i povratno obrađivane aplikacije i dokumentacije za povlačenje manjih sredstava po natječajima, većinom u ime i za račun Grada kao nositelja (financijera).

Ukupno dizajn vrijednosti 59.276,31kn, ostalo sredstva drugih i/ili povrat

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Online i offline komunikacije

Veći dio aktivnosti planiran kroz udruženo oglašavanje sustava TZ-a ili suradnju sa svima s kojima možemo ostvariti partnersko-projektno ili besplatno oglašavanje. Predviđeno udruženo oglašavanje utvrđeno je Media planom TZZ. U prvim mjesecima 2015.. i tijekom proljetnih mjeseci pripremalo se i izvršavalo udruženo oglašavanje i promoviranje sa sustavom TZZ, i to putem više kanala: časopisi, web portali, internet, jumbo plakati, radio Antena radio Zagreb), primarno na domaćem tržištu ciljano šire zagrebačke regije te dijelom na stranom. Za udruženo oglašavanje pripremali tekstove i materijale : časopisi Way to Croatia, Tip Travel, nekoliko tematskih priloga novina Dnevnik (Slo).

ZA PPS i drugo destinacijsko oglašavanje slali i distribuirali materijale, informacije, varijante ponude i slično. Zadnja oglašavanja bila su kroz PPS Srijem i Slavonija u nekoliko medija, u tiskanim i online izdanjima, poput 24 sata, Večernji i dr.). Od ostalih oglašavanja po prigodi smo surađivali na priložima u časopisima, portalima, bez plaćanja, primjerice InBar magazine. Sredstva nisu potpuno iksorištena jer niti jedna mogućnost nije bila dovoljno isplativa u odnosu na utrošak-efekt te navedenog nestabilnog novčanog tijeka.

Pored naše klasične web stranice na kojoj smo administratori tu su i kanali besplatne masovne internet komunikacije, promocije i distribucije-društvene mreže: fbook, twitter, youtube, tumblr... Tu je i admisnistriranje i ažuriranje projektnih stranica Danube.travel, secretwinetours kao i pratećih social medija kanala. Koristilo se vlastite mogućnosti, znanje i prilike te posebnog službeno plaćenog oglašavanja ovim putem nije bilo. Uzimajući u obzir dinamičnost i zahtjevnost interneta ovi poslovi tražili su stalni, ne samo tehnički nego i kreativni marketinški angažman, iz dana u dan, te korišćenje osobnog vremena i resursa.

Promidžbeni materijal koristio se tokom godine za potrebe tržišta te također distribuiran prema svima koji su zatražili prilikom odlazaka u druga mjesta, posjete, nastupe sa štandovima i sl. Info-promo letak u dvije jezične varijante smo dotiskali. Za potrebe kvalitetne promocije i prezentacije pribavljali su se adekvatni suveniri ili vino kao najčešći suvenir te dodatni promidžbeni materijali od drugih. Zamjene uništenih smeđih tabli nije bilo, a postojale su potrebe i za dodatnima, stoga se nametnulo kao bolje rješenje, s obzirom na bolje novčano stanje riješiti taj dio u 2016. putem izmjena i dopuna projekta s. signalizacije ili sufinanciranja dokumentacije za promjene tj. one kojima je potrebno.

Jedna forma komunikacije (dijelom i “oglašavanje”) su dva veća TV projekta – u svibnju smo u ime i za račun Grada i HRT suorganizirali i realizirali televizijsku emisiju „Lijepom našom“, koja ima veliku gledanost u najgledanijem terminu što predstavlja “besplatnu” reklamu i promociju koji inače ni u kojoj varijanti nebi mogli platiti, a druga je emisija Šušur. . Kad smo već kod emisija i medija, u tom dijelu u proteklom razdoblju odradili smo niz priloga za različite radijske i tv emisije, što prethodno snimljenih pa emitiranih, što javljanja uživo iz Iloka, iako kratki ti prilozi su značajni jer su to sve prigode kada informiramo i promoviramo dio naših sadržaja odnosno Ilok u cjelini. Veći, zahtjevniji i značajniji projekt bila je i Hrt emisija „Šušur“ koja je išla uživo iz Iloka 03.09. Pripreme, dogovori, terenska snimanja i drugo odvijalo se tijekom srpnja i kolovoza, a samu emisiju uklopili smo u tjedan Iločke berbe grožđa, što je pridonijelo dvostruko, promociji Iloka ali i manifestacije. što predstavlja “besplatnu” reklamu i promociju koji inače ni u kojoj varijanti ne bi mogli platiti.

Komunikacija vrijednosti ukupno: 17.830kn, ostalo sredstva drugih

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Kulturno-povijesne vrednote, kvalitetna vina/eno-gastro turizam i dunavsko-srijemski krajolik i mogućnosti posebnih oblika rekreativnog turizma (bicikl, hodaње, golf..) te prateći ugostiteljski resursi bili su sadržaji koje promoviramo, distribuiramo i nudimo (“prodajemo”).

Poznato je da nemamo baš mogućnosti samostalnog sajamskog nastupa, stoga se koristilo mogućnosti suizlaganja čega su troškovi u najvećoj mjeri bili pokriveni od drugih. VSŽ i klaster Slavonija nastupili su na nekoliko sajmovi i posebnih prezentacija, kroz programe financiranja od strane HTZ-a, gdje smo kao dio ponude bili zastupljeni, često i dodatno kroz vino. Preko kampanje DCC-a i dijelom HTZ/VSŽ bili smo uključeni materijalima, informacijama, različitim sajamskim aktivnostima, dunavskim forumom, blogerskim speed datingom, nagradnom igrom, passportom i vinom na jednom od najvećih i najvažnijih sajmovi – ITB Berlin. Kroz suradnju sa SWG financiran nam je zajednički sajamski nastup na značajnom sajmu turizma u Beogradu u veljači..

Tijekom 2015. bilo je više studijskih posjeta domaćih i stranih agencija te domaćih i stranih medija koji je gotovo sve samostalno odradio direktor; pojedinačni dolasci TV i radijskih kuća, javljanja u eter uživo ili snimke, snimanja različitih priloga, reportaža. Angažman u sklopu HTZ i DCC studijskih posjeta novinara iz: SAD, V. Britanije, Ukrajine/Rusije, Švicarske, Francuske, turističkih agenata iz SAD, Švedske, Njemačke, Srbije, Austrije, Slovenije i drugih zemalja..), u svrhu upoznavanja sa ponudom, direktne distribucije informacija o Iloku i promocije i reklame na samom terenu.. Primili smo u radno-inspekcijski posjet više predstavnika stranih touroperatera iz zapadnih zemalja te iz regije. Bilo smo domaćini stručnog workshopa „ Dunavske vinske&rimskе rute“ koja pokriva četiri zemlje (Hr, Srb, Ro, Bug) i dobila je certifikat europskih kulturnih ruta. te u sklopu toga posebnog studijskog obilaska (nažalost nam je i tu situacija sa zatvorenim granicama donijela problem i otkaz dolaska grupe stranih medija i agencija u rujnu), srećom nekoliko bitnih agencija za cruising turizam nije otkazao posjet u sklopu HTZ studijskih posjeta te se nadamo da će njihov boravak i upoznavanje rezultirati novim pristajanjima novih kompanija. Također je ostvaren direktan online kontakt sa jednim

touriperaterom koji se bavi cruisngom i cyclo turizmom, očekujemo prva pristajanja moguće već i u 2016.

Kako je jedna od važnijih zadaća Turističke zajednice upravo promocija destinacije, u tom smislu odradili smo stručno-promotivne prezentacije i nastupe na domaćim i stranim stručnim skupovima i sličnome. Organizirane su posebne prezentacije turističkih sadržaja na razini ponude klastera Slavonija (odradila TZŽ na domaćem i stranom tržištu), na razini ponude županije te samostalno. Posebno se izdvajaju posebne prezentacije i promocije sustava VSŽ u Zagrebu i Splitu, koje smo ciljano odradili prema agencijama, medijima, te mogućim poslovnim partnerima, pri čemu je bitno naglasiti da je naš trošak bio minimalan jer najveći dio troška navedenog se osigurava putem sredstava HTZ-a, da nije tako, sa vlastitim preskromnim sredstvima ne bi to mogli. Sa Hotelom Dunav (koji se jedini odazvao od svih objekata uključenih u projekt „Okusi Srijema i Slavonije“), TZŽ i VSŽ prezentiralo se u Zagrebu u posebnom dijelu programa „Hrvatskog festivala vina i hrane“ te u redovnom, štandovskom dijelu prezentacija i promocija kroz materijale, brojna vina i informiranje posjetitelja. U suradnji sa drugim partnerima osigurali smo posebne prezentacije i promocije u sklopu aktivnosti Dunavskog centra za kompetenciju (DCC), posebno tijekom „Danube blue&wine week“, te u sklopu projekata „Dunavska vinska&rimska ruta“ gdje smo uključeni i putem čega osiguravamo dodatnu prisutnost Iloka na tržištu poput nastupa na regionalnom Wine&Ski festivalu, gdje je predstavnik TZ Ilok pozvan da odradi promociju u zajedničko ime, dok su na drugom štandu bili neki od iločkih vinara-vina, što su zajedno financirali Grad i klaster, a preko računa TZ (tu je dio sredstava klaster vratio više kako bi se pokrivali i drugi troškovi sličnih nastupa koje odradi Tz u zajedničkom interesu).

Vlastita sredstva: 11.221,78kn, ostalo sredstva drugih i/ili povrat

5. Interni marketing, marketinška infrastruktura i ostalo

Konstantno su se ažurirali i arhivirali statistički podaci, informacije, dokumenti, foto, video i tiskani materijali te razmjenjivalo u odgovarajućim relacijama Iznos je minimalan s obzirom na financijske mogućnosti i odnosi se na samo na Arhinet program kojeg smo obveznici zajedno na razini TZŽ. U ožujku 2015.g. su nam u posjeti bili ministar turizma sa najbližim suradnicima te direktor Glavnog ureda HTz sa najbližim suradnicima i u pratnji istih mediji. Odabrali su upravo Ilok kao mjesto u kojem će odraditi sjednicu Vijeća (što inače rijetko bude izvan Zagreba, čime su nam ukazali čast i povjerenje), ali i običi neke od lokacija, razgovarati s nekima od subjekata ponude, čime se pokazao interes i veći respekt za kontinentalni dio RH. Direktor ureda je sudjelovao u pripremi i organizaciji te nazočio sjednici sa ministrom turizma i direktorom G. ureda HTZ, također u slobodnom, neformalnom dijelu uključio se i gradonačelnik te se pokušalo kratko i ozbiljnije porazgovarati sa članom kabineta o nekim našim potrebama i problemima, što baš i nije rezultiralo uspješno i sa dovoljno „sluha“. Naknadno pismo zahvale i zadovoljstva dalo nam je afirmativno mišljenje i dobru ocjenu rada, suradnje te puta kojim idemo i mogućnosti napretka. Slijedom obveza i mogućnosti sudjelovalo se na potrebnim sastancima, radionicama i edukacijama u Osijeku, Zagrebu, Beogradu, Vinkovcima i dr., sve evidentirano u p.nalozima.

Problem koji nam se događa već duže vrijeme, unatoč upozorenjima svakog mjeseca, odnosio se na obveze prijave-odjave gostiju i vođenje knjige gostiju, s jedne strane sa programom knjige gostiju imali smo problema od početka, a s druge strane obveznici prijave odjave ne vrše isto ažurno i sukladno Zakonu. S tim u vezi je u 2015. nastala promjena koja to može kvalitetno i dugoročno riješiti i olakšati a to je **Novi Pravilnik** o načinu vođenja popisa turista te obliku i sadržaju obrasca prijave turista kroz sustav „**eVisitor**“ (objavljen 20.11.2015.), čime to i službeno postaje središnji i jedini načini prijave i popisa kao središnji elektronski sustav i registar smještaja u RH. Direktor je bio na jednoj mogućoj edukaciji u svezi istog te se naknadno sustav TZŽ samostalno odnosno međusobno organizirao i educirao te se pristupilo proceduri pokretanja sustava i uključivanja obveznika. Čim je TZI dobio pristup (kod i Tan listu),

počelo se sa pojedinačnim unosima obveznika i smještajnih objekata, učenjem o funkcioniranju sustava, konstantno su se tokom studenog i prosinca svima slale sve dobivene i proučene upute i informacije, organizirana edukacija, vršene individualne konzultacije i edukacije. Tokom 12. mjeseca rješeni su svi potrebni informatički i administrativni koraci te od 01.01.2016. i obveznici i TZ mogu i moraju koristiti jedinstveni, zakonom propisani „eVisitor“ sustav.

Planirani dugoročni strateški marketinški dokumenti razvoja turizma uz angažman stručne Institucije nismo još započeli nažalost ni u 2015. primarno zbog sredstava za to. Gledajući sredstva ovog poglavlja osim manjih, navedenih iznosa, te manjeg dijela rashoda koji nismo mogli rasporediti u druge kategorije nego pod ostalo, a drugi dio pod “ostalo” odnosi se u najvećem postotku na sredstva potrebne akumulacije i rezerve za tekuće aktivnosti i prijenos, jer sa tekućim niskim prihodima ne može se ni puno ni kvalitetno planirati niti raditi i financirati, povećanje je rezultat navođenih prihodovanja od prethodnih aktivnosti-projekata sa DCC i Vinest-Secret wine koja stavljamo na tekuću rezervu poslovanja.

Vlastita sredstva:I.marketing:2.052,41, M.infrastruktura:1.200, ostalo:64.964,98kn

6. Financijsko poslovanje i izvješće za 2015.g.

Predviđeno planom i zakonom izvori prihoda za poslovanje bili su; b.pristojba, članarina, proračun, donacije/transfer, prihodi od drugih aktivnosti, prenešeni prihod i ostalo. Korigirali smo i prilagodili rebalansom u listopadu, zbog povećanja pod stavkama prihoda od drugih aktivnosti, prijenosa iz prethodnih razdoblja odnosno smanjenja na stavci proračunskog dijela za programske aktivnosti (ostvareno 7000 od TZŽ, te 2000 Grad koje se odnose na sufinanciranje prezentacija, koje je plaćeno preko TZ u sporazumu sa gradom i klasterom (iznos od klastera od 3.800kn, u većem iznosu, kako je navedeno), stavljen je pod ostale nespomenute jer nije proračunski, a ni planiran. Unatoč rebalansu na ukupno 292.572kn, zbog dodatnih priljeva (povrat od DCC i veći po S.wine projektu krajem godine) bilježimo povećanje prihoda za 9%, što iznosi 319.141, 39kn. Povećani su i prihodi od boravišne pristojbe za 12,9%. Prema rebalansu i ovom izvješću adekvatno je izvršen raspored smanjenje-povećanje stavki rashoda-rezerve. Potrebno je sve uskladiti sa Zakonskim odredbama o namjenskom trošenju. Dio sredstava je na deviznoj strani, u eurima, kako je zaprimljeno, potrebno izvršiti konverziju te predlažemo dio ostaviti u eurima za potrebe aktivnosti koje zahtijevaju stranu valutu, tj. euro. Grad treba primjenjivati plan korištenja prebačenih 30% od bor.pristojbe. U planu i izvješću sredstva su navedena u ukupnom iznosu i po poglavljima, a razrada je u knjigovodstvenoj bilanci i kontima računovodstva, te troškovi u dodatnoj dvojnoj evidenciji ureda. Konačni financijski rezultat je pozitivan, pokriva rashode i omogućava odluku o prijenosu za poslovno-financijsku stabilniju i bolju 2016.g. U tijeku je završavanje završne bilance i izvješća knjigovodstva koje se predaje nadležnim ustanovama.

ZAKLJUČNO

Izvješće o ukupnom radu, kao niti plan nije moguće prikazati bukvalno i detaljno za čitavu jednu godinu, no svaki i najmanji detalj ako i nije spomenut ovdje, ili je upitan, nalazi se u poslovnoj dokumentaciji. Izvršenje plana rada i financijskog plana rezultat je zajedničkih aktivnosti ureda, tijela zajednice, članova zajednice te svih drugih sudionika s kojima radimo te u konačnici u ostvarenju plana jedni o drugima ovisimo. Neke zadaće smo ispunili, neke ne, neke djelomično, a neke neplanirane uključili. Umjesto formalnog zaključka, ponovimo da je u 2015. putem tržišnog istraživanja najjačeg rezervacijsko-turističkog portala booking.com, Ilok svrstan i odabran među samo 4 hrvatske destinacije koje su po nečemu u u turističkom vrhu i uz bok svjetski poznatima, iako nije direktno vezana uz isključivo 2015.g., ova činjenica govori dovoljno, i obvezuje. Destinaciju se stvorilo, razvijalo i promoviralo, i to se i nadalje zajednički čini, koliko god još uvijek to bilo sadržajno i ekonomski nedostatno.

Prilog: Prijedlog financijskog izvješća za 2015. – tablica

Prijedlog financijskog izvješća TZ Ilok za 2015.g.

PRIHODI PO VRSTAMA	2014	PLAN 2015	REBALANS 2015.	REALIZACIJA 2015.
Prihodi od boravišne pristojbe	25.000	27.000	27.000	34.856,90
Prihodi od turističke članarine	63.000	66.000	66.000	66.628,21
Prihodi iz proračuna /grada/državnog(HTZ/TŽ):				
za programske aktivnosti	3.000	15.000	10.000	9.000,00
za funkcioniranje turističkog ureda-plaća/Grad	132.372	132.372	132.372	131.004,00
Prihodi od drugih aktivnosti	3.300	12.000	32.000	36.629,28
Prijenos prihoda prethodne godine	30.000	15.000	25.000	37.185,00
Ostali nespomenuti prihodi	200	200	200	3.838,00
SVEUKUPNO PRIHODI	256.872	267.572	292.572	319.141,39
RASHODI PO VRSTAMA	reb 2014	PLAN 2015	reb 2015.	real. 2015
ADMINISTRATIVNI RASHODI	148.372	147.372	148.372	152.138,84
Rashodi za radnike	132.372	132.372	132.372	131.069,37
Uredski rashodi poslovanja	16.000	15.000	16.000	21.069,47
DIZAJN VRIJEDNOSTI	48.000	50.000	52.000	59.276,31
Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	2.000	10.000	10.000	9.037,50
Manifestacije	36.000	30.000	32.000	35.853,40
Kulturno-zabavne-Iločka berba grožđa	21.000	17.000	17.000	15.178,12
Ostale manifestacije (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije, događanja tradiciju isl.)	15.000	13.000	15.000	20.675,28
Projekti, novi proizvodi i sl.	10.000	10.000	10.000	14.385,41
KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	34.000	35.000	35.000	17.830,18
Online komunikacije	8.000	7.000	7.000	275,00
Internet oglašavanje	3.000	3.000	3.000	0,00
Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	5.000	4.000	4.000	275,00
Offline komunikacije	26.000	28.000	28.000	17.555,18
Udruženo Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora,udruženo oglašavanje	11.000	11.000	11.000	10.499,36
Opće oglašavanje	7.000	7.000	7.000	1.500,00
Brošure i ostali tiskani materijali	6.000	6.000	5.000	4.187,50
Suveniri i promo materijali	2.000	2.000	2.000	1.368,32
Smeđa signalizacija	0	2.000	2.000	0,00
DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	6.500	7.500	8.500	11.221,78
Sajmovi	2.500	2.500	2.000	2.360,77
Studijske posjete	2.000	2.000	2.500	4.192,67
Posebne prezentacije	2.000	3.000	4.000	4.668,32
INTERNI MARKETING	3.000	3.200	2.700	2.052,41
Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	1.500	1.500	1.000	1.422,41
Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet	1.500	1.700	1.700	630,00
MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	1.500	1.500	1.500	1.200,00
OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi,projekti, ostalo, tekuća rezerva)	8.500	14.900	36.400	64.964,98

TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE /GRADU (30%)	7.000	8.100	8.100	10.457,07
POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
SVEUKUPNO RASHODI	256.872	267.572	292.572	319.141,39