

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ILOKA

PRIJEDLOG  
IZVJEŠĆA O RADU T.VIJEĆA/ZAJEDNICE  
S FINACIJSKIM IZVJEŠĆEM  
ZA 2016. g.

veljača 2017.

## Uvodni dio

U planu i programu za 2016. sukladno obvezama i propisima te načinu prikazivanja aktivnosti kvalitativno i kvantitativno naveli smo što su planirane aktivnosti, očekivanja i iznose koje smo očekivali za realizaciju istog. Tijekom godine bilo je nužno prilagođavati se stvarnom stanju stvari, u tom dijelu je dodatno izvršen i rebalans. Izrada i usuglašavanje izvješća je obveza i oblik prikaza aktivnosti, poslovanja i sredstava na način da se opisno i brojkama prikaže aktivnosti i obavljane zadaće plana, odnosno one koje lokalno usuglašavamo kao rezultat stanja i potreba te mogućnosti i nadležnosti s druge strane koje proizilaze iz zakonskih okvira, naših akata, dokumenata, nacionalne razine, potom županijske i gradske, te stanja, potrebe i mogućnosti na području zajednice. Očekivali smo i nadalje proces preustroja sustava TZ-a u sustav DMO koji se nije dogodio i proces donošenja novog Zakona bio je u tijeku i u 2016.g.

U planu smo naveli da unatoč teškom gospodarskom i društvenom okruženje i stanju u Hr te lokalnoj problematici i još uvijek slabog iločkog ukupnog oporavljanje na svim razinama (iako je proteklih godina, od povraka i tijekom prošlog razdoblja turizam uz vinarstvo jedina aktivnost koja je rasla i napredovala) kako ćemo i nadalje pokušavati to nadvladati i održavati turističke aktivnosti u cilju "opstanka" u tako ograničenim okolnostima. Projekciju dolazaka i noćenja radili smo temeljem prometa ostvarenog 2015. do vremena donošenja plana, i tada je isto ukazivalo na porast od 8 odnosno 20%. No ipak taj trend nije ostao isti i u ukupno gledanoj 2016.g., index dolazaka je 90, a noćenja 84, manji je udio stranih gostiju, dok domaći gosti čine 78% prometa sa indexom noćenja 91. Kako smo navodili i prije, postoji moguće i dio koji je u sivoj zoni koju mi ne možemo direktno detektirati, proizilazi da uključivši i procjenu tog udjela dolazimo do skoro istog prometa. S druge strane, računajući promet u jednom nekomercijalnom objektu (dom s.škole), koji je ostvario 713 noćenja brojke bi bile drukčije tj. veće. Posebne niše poput cruising gostiju bile su u porastu i u 2016.g., 31 pristajanje sa stranim gostima (preko 4000, dominantno amerikanci, nijemci, francuzi, kanađani i druga dalja tržišta..), nastavno na suradnju i kontakte započela je suradnja i povećanje sa dvije nove agencije-brodara. U ovom segmentu suočili smo se i sa problemom te pritužbom jednog od ključnih tour operatora zbog načina rada službi policije, carine i L.uprave, jer posebno dolaženje, kašnjenje, neprihvaćenje sugestija i zamolbi brodarka i agenata može rezultirati otkazivanjem programa i/ili pristajanja, o čemu smo izvjestili i tražili promjenu i pomoć. Cyclo turiste koji čine udio u stranim gostima nismo u mogućnosti direktno pratiti, trend koji i okom na ulici možemo vidjeti i dalje je sličan, da li su i noćenja istih ostvarena ili ne teško je utvrditi. Hendikep sa migrantima i izbjeglicama iako nije bio dramatičan kao 2015. ipak je utjecao na pogled na ove krajeve i odluke o posjeti, nažalost čak su i institucije nesmotreno navodile agentima taj dio naše svakodnevice i okruženja. Očekivali smo da različite marketinško-promocijske aktivnosti nacionalnog programa „Hrvatska 365 – destinacijski PPS“ pridonese većem interesu i koristi, no taj program gotovo da i nije imao aktivnosti u 2016.

Različiti prikaze prometa koji se odnosi na smještaj 2016. priloženi su u pdf obliku, navodimo i ovdje te dodatno:

Kretanja legalnih (prijavljenih) komercijalnih noćenja za protekla razdoblja:

2012.g.	2013.g.	2014.g.	2015.g.	2016.g
5792.	6991	6068	7794	6543

Iz gornjeg se jasno vidi da proteklih godina konstantno variramo gore-dolje, sa prosjekom od 6637. Od navedenog, u 2016.g. najveći dio ostvarila su tri naša objekta koji nose gotovo 70% kapaciteta/ležajeva (od redovnih 172, bez pomoćnih i nekomercijalnih ležajeva), koji također pojedinačno slično variraju u noćenjima.

Navodimo trend razdoblja 2014.-2016.

	2014.g.	2015.g.	2016.g.
Hotel	1695	1956	1474
Vila/sobe	1841	2309	2189
T.naselje	2217	2613	2454
Ostali	309	930	426

Ostali iznajmljivači su imali premali udio i promet, te je potrebno da se isti direktno i konkretno angažiraju na svim razinama, ukoliko se žele zaista time baviti na ispravan način, inače nam nažalost samo ulazi u prosjek popunjenosti koji sa objektima koji imaju 0 gostiju drastično pada. Takvi objekti postojali su i u 2016.g., tri obveznika nemaju niti jednog prijavljenog gosta, dok drugi imaju manje no inače, o obvezama prijave smo višekratno informirali te u ljeto dodatno tražili očitovanja o stanju. Neki su se očitovali da „zapravo time se i ne bave“, dok se neki uopće nisu očitovali. Izvješća i informacije na traženje poslani su u G. ured. S druge strane, kako smo i naveli, jedan objekt je donio rješenje o prestanku, dok su dva mala nova kapaciteta (4 plus pomoćni ležajevi) ishodili rješenja. Vidljivo je da teško postizemo značajni potrebni skok u vidu dodatnih 2-4 tisuće i više noćenja i to u komercijalnim objektima, što bi bitno utjecalo i povuklo za sobom zasigurno i druge efekte.

Jasno je da sve naše marketinške, sadržajne i promo i druge aktivnosti same za sebe nisu dovoljne i jamac dolaska/noćenja, iako one intenzivno na to potiču. Vidimo da je analizu potrebno vršiti na više načina da bi dobili pravu sliku. Također, neki objekti-obveznici tijekom godine mijenjali su status-vrstu, vlasništvo, te ishodovali rješenja o prestanku rada (samim tim tu se izgubio dio noćenja..), dok su neki drugi donijeli rješenja o smještaju, no nisu počeli aktivno raditi. Naši ključni objekti koji nose 70% prometa proteklih godina su otprilike na sličnim ne tako drastično većim ili manjim brojkama, mogući uzrok vidimo u razlikama u ostvarenju dolazaka i noćenja na skupove, agencijske i studentske grupe i slično (primjerice u jednom objektu su samo ture švedskih gostiju ostvarile preko 200 noćenja, a u 2016. ih nije bilo..), kao i različitih aktivnosti koje su uključivale višednevna noćenja (npr. preko Dcc-a). Ilok nema bitne dolaske i noćenja vezane uz proračun, radnike, tranzit i sl., ostvarenje koje ima je gotovo 95% turističkog motiva, što je ohrabrujuće i govori o destinaciji u odnosu na druge, no za ugostitelje naravno bilo koji oblik i motiv dolaska donosi korist. Svaki objekt pretpostavljamo raspolaže svojim direktnijim saznanjima u odnosu na prethodnu godinu.

Financijski dio ukupno pokazuje veći realizirani iznos u odnosu na rebalans, te pojedinačne razlike na manje ili više ili isto kod stavki. Ukupni izvorni prihodi (bp i t.č) bili su 92.165kn, dug boravišne koji automatski bilježi sustav eVisitor je preko 5000kn, dok za članarinu nemamo još točne podatke, no za pretpostaviti je da je naplata kao i inače između 60-70% te da postoji dug. Objekte koji su obveznici paušalne b.pristoje dodatno smo ljetos podsjetili na obveze i rokove te na činjenicu da sve detaljno i sa gotovim ispunjenim virmanima imaju vidljivo u eVisitoru.

Elemente plana rada/izvješća te mjere i sredstva ostvarenja zadani su marketing konceptom koji je isti i obavezan za sve u sustavu HTZ-a.

## **1. Administrativni marketing – administrativni troškovi**

Zakonom je predviđeno pri osnivanju zajednice obvezno ustrojiti i stručni ured, za obavljanje poslova iz područja destinacijskog managementa kao i osiguranje osnovnih troškova za djelovanje. TZ grada Iloka još uvijek ima jednog uposlenika te se dio troškova odnosi na plaću istog dok se ostali troškovi odnose na uredski materijal, telefon, internet komunikaciju, sitni inventar, usluge banke, Fine ,knjigovodstvo, materijalne troškove, potrepštine i drugo, sukladno zadaćama i računovodstvu neprofitnih organizacija. Povećani udio u ovom dijelu rezultat je većinom većih troškova bankarskih i Fina usluga, pošte te dva telefonska-internet računa zbog kojih smo se žalili t-comu, no ispostavilo se da su uzroci druge prirode drastično povećali troškove. Potom su izmjenjeni podaci i paket, te se stabiliziralo. Anganžmanom gradskih pripravnika dijelom je riješena prezauzetost za obavljanje predviđenih i nepredviđenih zadaća direktora odnosno tehničku pomoć. sufinanciranje od strane Grada bilo je u iznosu rashoda za djelatnika.

Udio administrativnih troškova je visok iz razloga što su izvorni prihodi vrlo niski, neizvedivo je ostvariti zadani okvir tj. definirani odnos.

Ured više nije smješten u zgradi poglavarstva Grada, značajna promjena u 2016. bilo je preseljenje u drugi prostor te uspostavljanje funkcionalnog ureda i info punkta na novoj lokaciji u tvrđavi. Naime, sredinom 2016. predsjednik-gradonačelnik dao je zadatak da se izvrši preseljenje i nastavi s radom u kuriji Brnjaković. Stoga se pristupilo sortiranju i pakiranju brojnog raznovrsnog

materijala, inventara, arhive te je i potrajalo jer se nije moglo posvetiti samo tome Preseljenje i ponovno sređivanje i funkcioniranje također je bilo potrebno izvršiti (u lipnju), no još uvijek dio materijala koji nije primaran nam je u fazi raspakiranja i preslagivanja. Na traženje direktora dobili smo nakadno krajem srpnja i rješenje o načinu i uvjetima korištenja prostora, s naznakom da nema obveze režijskih ili najmovnih trškova. Prije toga morali smo uvesti telefonsku i internet instalaciju, te druge potrepštine. Čišćenje ureda i prizemlja kurije povremeno su izvršavale djelatnice j.radova. Stoga je uredovno vrijeme u prvoj polovici godine bilo svakog radnog dana u zgradi poglavarstva, a u drugoj polovici u kuriji Brnjaković. Tijekom zime bilo je u više navrata i po nekoliko dana problema sa grijanjem koji su se morali otklanjati. Vrlo specifični poslovi i samo jedan odgovorni uposlenik ovisno o potrebama, vrsti poslova i obveza, dio radnog i vremena morao je provoditi na terenu – lokalno, regionalno, nacionalno i šire, i tijekom subote, nedjelje, blagdana, direktor je također često imao službene i stručne obveze vezano za posjete medija, agenata, službene delegacije, projekte, službena putovanja, manifestacije i drugo stoga je bila neizbježna fleksibilnost i prilagodba rada i nestandardno radno vrijeme u samom uredu. Također i dijelom zbog prethodnog, dio osobnog vremena i resursa korišten je za dodatni angažman, pripremanje materijala, dodatne komunikacije, učenje, edukativno istraživanje i slično, a za potrebe zajednice.

U proljeće 2016. u ured je Grad rasporedio dvije pripravnice, no vrlo brzo jedna je prebačena u knjižnicu, te je naknadno došla druga (vezana više za druge obveze-pripravništvo). Kako su pripravnici izvan direktne nadležnosti i mentorstva ureda tako su i zadaci i poslovi vršeni za obje strane, a u samom uredu uglavnom za jednostavnije uredsko-administrativne poslove, informiranje i osnovnu pripomoć. Većinu vremena pripravnica je radila zadatke nevezane za zajednicu nego Grad i drugo. S obzirom na to, nije se moglo stručnije i više uključiti u pripomoć.

Samo preseljenje je s jedne strane je poboljšalo mogućnosti komunikacije sa posjetiteljima i više je prostora i mogućnosti, no s druge strane zbog fizičke razdvojenosti od većine službi drukčije i sporije su išle direktne i nekad instant brze komunikacije na koje smo naviknuli

Osnovne zakonske aktivnosti i zadaće koje je obavljao ured:

- Dnevno obavljanje svih administrativnih, pravnih, financijskih, stručnih i ostalih poslova u Uredu
- Dnevno pružanje informacija i distribucija turističkog materijala
- Praćenje turističkog prometa te konstantno rad na novom sustavu eVisitor gdje još uvijek ima početnih teškoća i snalaženja
- Praćenje naplate i ažuriranje popisa gospodarskih subjekata obveznika plaćanja članarine i boravišne pristojbe
- Suradnja sa Glavnim uredom HTZ, TZŽ, Mint kod realizacije operativnih zadataka i programa i drugo
- Stalna suradnja sa Gradom/gradonačelnikom u djelokrugu širem od samog turizma destinacije, surađivalo se i konzultiralo na Izradi strategije razvoja Grada
- Arhiviranje i čuvanje svih tiskovina, edicija, službenih materijala
- Stalno prikupljanje turističke građe
- Komunikacija i suradnja s javnošću i medijima
- ažuriranje turističkih podataka i informacija te prosljeđivanje istih turistima te svim nadležnim i zainteresiranim subjektima

Tijela zajednice; Predsjednik, članovi Turističkog vijeća i Skupštine i Nadzora kao i predstavnici u drugim tijelima kroz svoje prijedloge i angažman bili su dužni sudjelovati u oblikovanju i realizaciji programa i praćenja rada, te sudjelovati u radu tijela te na realizaciji aktivnosti. Svoje redovne godišnje sjednice održala je Skupština TZI. T.Vijeće turističke Zajednice održalo je nekoliko sjednica sa redovnim točkama te onima koje su bile potrebite. Sjednice T.Vijeća sa osnovnim informacijama dodatak su izvješću. Na potreban i adekvatan rad Tijela ukazivalo se sukladno Zakonu i Statutu. TZ je surađivala sa svim tijelima, organizacijama i pojedincima koji pridonose turizmu ili na drugi način unapređuju kvalitetu i korist istog..

Zajednica, predsjednik i direktor u 2016.g bili su predmet javne "hajke" od strane nekoliko potpisanih pripadnika jedne političke stranke koja godinama participira u lokalnoj vlasti u lloku, čime je i sama bila dionik i kreator svih bitnih stvari u gradu, u svezi istog predsjednik-gradonačelnik se javno očitovao putem radija, a direktor i ured direktno gradonačelniku i članovima Tijela. Navedeno je nažalost imalo utjecaja na atmosferu i javno miješanje pa i na ugrozu

poslovnog i osobnog integriteta.

Rad Turističkog ureda Turističke zajednice grada Iloka temeljio se na odredbama Pravilnika o radu Turističke zajednice grada Iloka. Plaće djelatnika Turističkog ureda utvrđene su Pravilnikom o plaćama uposlenih u Turističkom uredu TZ grada Iloka koja je vezana i za odluke Grada koje se tiču korisnika gradskog proračuna, te su u svezi istog tijekom prethodnih godina utvrđene neusuglašenosti u predviđenim i izvršenim stavkama od Grada Drugih primanja poput regresa, božićnice i sličnog nije bilo unazad više godina pa ni u 2016

Računovodstvo-knjiženja obavljano je od strane vanjskog knjigovođe (Skandala) temeljem ugovora, sredstva za isto uračunata su u administrativne-uredske troškove.

Administrativni troškovi ukupno: 157.404kn (*obuhvaćaju fiksne i varijabilne troškove: telefona, pošte, interneta, uredskog materijala i potrepština, usluge banke, Fine, knjigovodstva, ostali slični troškovi i usluge te plaća uposlenog u iznosu sa svim davanjima: porezi, mirovinsko, zdravstveno i ostali nameti*).

## 2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Unapređenje proizvoda, uređenost, novi sadržaji, manifestacije i slično.

I tijekom 2016. godine trudili smo pozitivnu afirmirati dosadašnje napore i aktivnosti privatnog sektora i TZ te Jls. Konstantno smo tražili projekte i partnerstva sa domaćim i prekograničnim podunavskim mjestima i organizacijama na programima uz pokriće bez našeg troška osim rada. Nastavilo se sa integriranjem i umrežavanjem atrakcija, lokacija i proizvoda Podunavlja i Srijema kako bi stvarali uporišta za privlačenjem posjetitelja i produženje boravka te DCC– programi „Dunavska vinska ruta“ i Danube travel, mreža „Secret wine tours“ (Vineest mreža), na kojem je nastavljenoo raditi i u 2016. kroz web portal te dio koji se odnosi na završni zajednički duži promo film i njegovu distribuciju te korištenje koji nije zgotovljen unatoč ugovorima i naporima svih partnera, o čemu se između ostalog raspravljalo i na godišnjem satanku asocijacije na kojem smo bili kod njemačkih domaćina skupa sa Lag Srijem uz podjelu troška (dio, tj. pola troška puta snosili su kolege iz Austrije).

Očekivali smo i tražili uključenost u aktivnosti u staroj jezgri kako bi se mogli stručno i što je najvažnije pravovremeno uključiti u planove, smjerove, radove i očekivanje turističke valorizacije gotovo najvažnijeg resursa kao i unapređenje projekta centra-Kurija Brnjaković, što još nije usuglašeno. Sa TZŽ planirali smo nastavak promocije i unapređenja projekta „Zavičajnici“– kroz postave u novim tehnologijama, kostimi i drugo no zbog sredstava i natječaja nismo završili. Obavili smo razgovore sa predstavnicima turskog veleposlanstva i njihove posebne agencije, u želji da pokušamo preko njih i s njima realizirati neki oblik konkretne valorizacije osmanlijske baštine u staroj jezgri. Pripremane su i poslone aplikacije na natječaje za projekte: Virtualni vodič kao oblik novog sadržaja i pomoć pri razgledanju uz pomoć novih tehnologija, PPS promo brošure, novu projektnu dokumentaciju za nove i nadopunjene znakove smeđe signalizacije. Odobrena je i u studenom (kad smo prikupili dovoljno sredstava) realizirana potonja kroz novi projekt i znakovlje (ostao je neriješen jedan veći znak uništen od strane osobnog vozila te osiguravajuća kuća treba pokriti štetu). Ukupno smo kandidirali za dva programa (bez dijela sa županijom i PPS-om) za vrijednost oko 70 tisuća kuna, odobreno nam je 15 tisuća! Sa sustavom TZŽ radilo se osim na novoj brošuri i dalje na projektu „Okusi Srijema i Slavonije“ – tradicijski stojnaci i ubrusi, radionica pripreme starih jela na suvremen način posebni “Dani jeseni” sa tradicijskim menuima i cijenama, u suradnji sa sustavom TZ-a gradova organizirane radionice za dionike turističko-ugostiteljskog sektora (eno-gastro te za iznajmljivače). Dio naše ponude je i u novoj brošuri Cro-Hu projekta tematske rute „Sulejman-Zrinski“.

Više naših subjekata (OPG-i, vinari, ugostitelji..) prijavilo se na objavljene natječaje u 2016., svi osim jednog su prošli u iznosima koje su zatražili , a onima koji su zatražili pripomoć i slično smo istu i pružili. Kandidaturu za “berbu” u ime Grada smo izradili i poslali, te naknadno radili i na izvješću HTZ-u.

Manifestacije smo planirali redefinirati na 2-3 ključne te one od manjeg, neturističkog značaja, ali od interesa za lokalni identitet i lokalnu zajednicu. 49. "Iločku berbu grožđa" smo u ime i sa Gradom pripremali, organizirali, sufinancirali i realizirali, ona i dalje treba promjenu organizacijsko-marketinškog tretmana i statusa. Sufinancirali i suorganizirali smo doček N.Godine, "Vinkovo 2016", Ocjenjivanje i izložbu vina Podunavlja i Slavonije, 1.Iločku kobasijadu,

SremFilmFest, praižvedbu DunavArtFesta. pripomoć i/ili sufinanciranje Božićnom sajmu, Božićnom koncertu J.Benešića, utрку Dunavac, Malonogometni ljetni turnir. Podržali ostala događanja od manjeg interesa ili tur. efekta: Schmidtovi dani, Drvce zeleno, Turnir u odbojci na pijesku, Petrovo u Šaregradu.. U sklopu SFFesta dobili smo i priznanje za naš video „Secret wine- llok“.

Čistoća i uređenost na području grada je problematična. Ukazivali smo na potrebu očuvanja, kontrole i sankcija za narušavanje okoliša i imovine. Bolju uređenost i čistoće, stvaranje boljih uvjeta, podizanje kvalitete kroz akcije uređenja, sadnje cvijeća ili uređenja-opremanja zelenih površina odabranih lokacija u 2016. nismo uspjeli realizirati.

Ukupno dizajn vrijednosti: 53.625kn

### 3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

**Online komunikacije i offline komunikacije** – internet stranice, internet oglašavanje: web- elektronska komunikacija kroz vlastitu web stranicu koju smo konstantno uređivali i ažurirali, stranice je bilo potrebno i informatički održavati i platiti server. Pored klasične web stranice tu su i efikasne elektroničke online komunikacije, promocije i distribucije-društvene mreže: Fbook, Twitter, YouTube i specijalizirane aplikacije. Navedeno je zahtjevalo stalno ažuriranje, praćenje, aktivnost i prilagođavanje te i privatno vrijeme s obzirom na zahtjevnost i potrebno znanje, umijeće i dinamiku funkcioniranja. Oglašavanje putem navedenih online alata planirano je u skromnom sudjelovanju a dio je izdvojio uposlenik, ostalo su besplatne solucije. Radili smo i na administriranju i kreiranju materijala putem stranica Secret wine tours te materijalu za pod-portal HTZ-a napravljenom specijalno za Eden destinacije.

Udruženo oglašavanje utvrđeno je media planom TZZ za domaće i strano tržište, različitim kanalima-medijima: FB i Google kampanje (Hr,At,Slo), novine Dnevnik te dva specijalizirana Slo časopisa i Tv kanal plus Kompas mailing (Slo). Nekoliko posebnih objava imali smo na Hot Spot Croatia (ruralni odmor, Noć vina/berba, dvorci Srijema, Božić/N.godina, Vinkovo. Zatim u časopisu i webu Tip Travel magazine. Glas Slavonije, HR radio. Samostalno financiranje oglašavanja bilo je u manjoj mjeri/iznosu: Vikend van Zagreba, Pun kufer/Vikend manijaci, Vodić Visit Croatia..., vlastiti FBook boost.

Vlastiti promidžbeni materijal koristili smo u komunikaciji s tržištem, tijekom godine izvršili dotisak i ažuriranje info promo tematskih letaka. U promo materijalima drugih sudjelovali smo odnosno uključeni prema mogućnostima – nova zajednička brošura sustava TZZ, brošure Dcc-a, Brošura Sulejman-Zinski te drugdje u manjoj mjeri gdje smo mogli (posebni vodiči i sl.).

Za potrebe promocije i prezentacije pribavljali su se suveniri, vina i dodatni promidžbeni materijali od drugih. Komunikacija vrijednosti ukupno: 52.872kn

### 4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Turistička zajednica grada lloka konstantno je promovirala Grad llok kao turističku destinaciju: kulturno-povijesne atraktivnosti i lokaliteti, kvalitetna vina/eno-gastro turizam i dunavsko-srijemski krajolik i mogućnosti posebnih oblika rekreativnog turizma (bicikl,hodanje, golf..). Troškovi promidžbe pokrivali su se iz odgovarajućih stavki financijskog plana i uz pomoć partnera, sponzora, medijskih i drugih pokrovitelja kroz aktivnosti TZ.

TZ na većim sajmovima samostalno nije izlagala, korisitile su se prilike zajedničkih nastupa sa drugima uzi pokriće troška – Sajam turizma Beograd (uz pomoć SWG), Danube blue week - Russe – DCC projekt DWR (na navedenom smo dobili i priznanje za najbolje podunavsko bijelo vino-izlagali su sudionici – gradovi i regije iz 5 zemalja). Split-sajam, sa TZZ, putem sredstava Htz. Sa TZZ odradili smo i nekoliko posebnih prezentacija: Zagreb (gastro dio prezentacije odradio restoran h.Dunav), Nin. na drugim događajima, lokacijama i prigodama gdje je bio tz sustav ili PPS uključeni smo kroz materijale i/ili vinare/vina (Rijeka, Tuzla/Lukavac). Na razini klastera Slavonija odrađeno je nekoliko sajmova i posebnih prezentacija na najvažnijim sajmovima (London, Berlin, Utrecht) te posebne prezentacije u nekoliko većih gradova okolnih tržišta. Na navedenom nismo sudjelovali direktno nego kroz materijale i (najčešće) iločka vina kao tekući brend. Posebnu prezentaciju i sajam/štanđ imali smo u sklopu summita EU gradova i

regija i "Danube Up Day"- Bratislava (na poziv upućen TZ-u Ilok i Nin i to od strane MVEIP i MINT da se prezentiraju ispred Hrvatske, naknadno uključena i L.uprava žup.TZŽ).

Studijske posjete agenata, promotora i posl.partnera bile su kroz sustav i većinski trošak HTZ-a ili u suradnji i uz pomoć suradničkih organizacija i pojedinaca. Tijekom 2016. bilo je nekoliko studijskih posjeta domaćih i stranih agencija odnosno medija koji je gotovo sve samostalno odradio direktor (HRT, NovaTV, VTV, TV F.Gora, RTV, Arte, OsječkaTv..), agenti tour operatora i travel novinari iz Hrvatske, Poljske, Francuske, Austrije, Srbije, SAD. Posebno se ističe samoinicijativni dolazak u Ilok priznate i poznate američke Tv producentice i turističke novinarke Ashley Colburn, koja je prije nekoliko godina napravila veliki promo uspjeh za Hrvatski turizam serijalom "WoW Croatia". Zamolila je za prihvati i domaćinstvo direktora kako bi i ovaj kraj doživjela te uključila u novi posebno vodič za američko tržište i različite niše, te moguće video vodiče i druge promo kanale. Osobno se vrlo pozitivno iznenadila Ilokom i zadržala duže, te ponovno po dogovoru još jednom došla nakon 2 tjedna. Vrijednost njezinih objava za Ilok, opisa, slika, videa, te budućih materijala uz pozitivne impresije je ogromna (samo na jednom od kanala je preko 20 tisuća pratitelja), nadamo se i nastavku suradnje.

Sredstva ukupno: 11.212kn

## **5. Interni marketing,marketinška infrastruktura i ostalo**

Uključili smo se u rad na novom centraliziranom sustavu E-Visitor koji objedinjava prijavu-odjavu gostiju i sve druge podatke o objektima/obveznicima i gostima na razini cijele Hrvatske. U sustav su uvezani i Carinska uprava, Mup, DZS, Fina... Bilo je potrebno tehnički, organizacijski i na druge načine se prilagoditi do 01.01.2016., odnosno nastaviti raditi u sustavu tijekom 2016. te pripomoći obveznicima. U ovaj dio spada i sustav arhiviranja i uz to vezane obveze te program Arhinet (dijeljeni trošak).

Ovo poglavlje odnosilo se i na prikupljanje podataka, obradu i korištenje materijala i informacija iz svih područja od interesa te izradu dokumenata i analiza. Konstantno se ažuriralo i arhiviralo podatke, informacije, dokumente, foto, video i tiskani materijali. Isti su se razmjenjivati na više načina i strana. Ured TZ bio je na stručnoj usluzi svim zainteresiranima, od Grada pa do pojedinačnih subjekata lokalne, regionalne i međunarodne razine. Ovdje također uključujemo i suradnju sa stranim organizacijama odnosno projektima. Iznos je minimalan s obzirom na financijske mogućnosti, a druge mogućnosti nismo iznašli (primjerice bitan iznos za Strateško-razvojni marketinški plan turizma). Slijedom obveza ili potrebe sudjelovalo se na radionicama edukacije HTZ-a, te na turističkim i stručnim radionicama, edukacijam drugih – T.forum, UNHPA radionica, e-marketing edukacija i radionica, eVisitor edukacija, projektni sastanci i radionice. Za dionike područja županije organizirane posebne edukacije i radionice na koji smo sve pozivali.

Sa Gradom i nadležnim drugim institucijama i službama smo ostvarivali suradnju na raznim poslovima, dokumentima, kandidaturi na natječaje i fondove, prezentiranju Grada i drugo. Radna i stručna izvješća i podaci prezentirali su se i dostavljali prema ustaljenim regulama i uputama.

Sredstva:2972+1045+22.087kn

**6. Financijsko izvješće:plan/ostvarenje 2016.** prikazano je uporedno: planovi, rebalans te ostvarenje plana prihoda/rashoda od 310.219kn sa dodatnim indexima i udjelima. Vidljivo je da je ostvareno povećanje u odnosu na rebalans s indexom 104,79, odnosno 4,79% više. Veći dio stavki gotovo je identičan rebalansu ili u manjem postotku razlike,kako je vidljivo u tablici. Donos sredstava prijenos/drugih izvora-sredstva služi za pokriće, tekuće poslovanje i t.rezerve (pod stavkom ostalo). Prihodi su se rasporedili sukladno rebalansu, najveće promjene su kod manifestacija te smeđe signalizacije (po natječaju, stavka od Htz u tablici), proračunska sredstva namjenska su za plaću uposlenog, dodatnih 2500kn od Grada bilo je prebačeno kao dio sufinanciranja s.siganzacije (i uvjet iz natječaja). Stanje računa i sredstava tijekom godine variralo je uz stalno i brižno raspoređivanje troškova i plaćanja. Iznos 30% boravišne pristojbe transferirao se Gradu za namjensko trošenje sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbi. Radi boljeg praćenja poslovno-financijskog tijeka računovodstvo i ured pokušavaju uskladiti različite načine praćenja i izvještavanja U uredu se vodila tablica stavke-račun plaćanje te evidentiralo tekuće rashode-prihode. Prethodno smo naveli stanje vezano uz boravišnu pristojbu te t.članarinu manje

povećanje. Izvješća knjigovođe za 2016.g. dat će uvid u stanje i fin. poslovanje proteklog razdoblja, no nismo sva imali prije slanja materijala stoga će biti priložena, u ovom prikazu f.plana i ostvarenja obuhvaćena su poslovna stanja i ostvarenja sukladno zadanom načinu za tz.

Zaključno:

Već i planom utvrdili smo da smo nakon više godina intenzivnog rada, ulaganja i promocije stigli u fazu svojevrsne stagnacije i potrebnog poticanja novog rasta koja zahtjeva novi te usuglašeni pristup: sadržaje, analizu, planiranje i usmjeravanje. Neophodno je redefinirati kompletnu situaciju u našoj sredini, krenuti sa strateškim promišljanjem gospodarstva i svih drugih sektora te i turizma kao najžilavijeg zadnjih 10-ak godina – što je utemeljeno izradom Strateškog plana za Grad, potrebno stručno i jasno postaviti nove okvire i pravce u kojima ćemo dalje razvijati turizam kao sektor, u obliku dokumenta uz angažman stručne institucije.

Gledajući na drugi način planom postavljene ciljeve, mogućom drukčijom ili boljom ukupnom zajedničkom akcijom i ponudom na svim razinama, i prilagodbom tržišnim kretanjima ojačali bi iznutra, drukčije djelovali prema van, te u pravcu segemenata tržišta koja donose više noćenja, a ne samo izletnički turizam i ugostiteljstvo koji dominiraju u brojkama. Ukupni konačni broj tur. posjetitelja mora neizostavno uključiti sve vrste dolazaka koje je moguće direktno pratiti ili barem procijeniti, prema procjeni to je i dalje sličan broj, no pri tome potrošnja nije nužno slična. Plan rada i financijskog poslovanja u najvećoj mjeri je izvršen ili prilagođen, slijedom stanja, mogućnosti, angažmana lokalnih dionika, tijela zajednice i svih drugih, ali i činjenica na koje ne možemo utjecati, ili vrlo slabo i nedovoljno.

Privatni i javni sektor, pojedinačno i zajedno pridonose turističkim aktivnostima, a gost-tržište odlučuje.

*Prilozi: Tablica - Prijedlog financijskog ostvarenja za 2016. , tablice analitike st.*

*U obradi: knjigovodstveno Izvješće o financijskom poslovanju, prihodima/rashodima 2016.*