

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ILOKA

PRIJEDLOG  
IZVJEŠĆA O RADU T.VIJEĆA/ZAJEDNICE  
i FINANCIJSKOG IZVJEŠĆA  
ZA 2017. g.

Prilog: Tablica - Prijedlog financijskog izvješća za 2017. , tablice analitike stat.izvješća

veljača 2018.

## Uvodni dio

Izvešće o radu i o financijskom poslovanju Turističke zajednice grada Iloka za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2017. daje prikaz ostvarenih aktivnosti proizašlih iz usvojenog plana Programa rada za 2017. rada Zajednice te realnih kretanja tijekom godine.

Izvešće se sastoji od cjelina:

- uvod i uvodna analiza
- administrativni marketing
- dizajn vrijednosti
- komunikacije vrijednosti
- distribucija i prodaja vrijednosti
- ineterni marketing i marketinška infrastruktura
- financijske bilješke uz tablicu prijedloga financijskog izvješća
- zaključne napomene

U planu smo naveli da „unatoč teškom gospodarskom i društvenom okruženje i stanju u Hr te lokalnoj problematici Iloka na svim razinama kako ćemo i nadalje pokušavati to nadvladati i održavati turističke aktivnosti u cilju održanja u opće ograničenim okolnostima“. Veći razvojni zamah ili kreiranje novih proizvoda bilo je predmet razgovora i planiranja tijekom 2017., a neki od pokrenutih projekta na prekograničnoj razini pridonijet će poboljšanjima. Projekciju dolazaka i noćenja radili smo temeljem prometa ostvarenog prvih 9. mjeseci 2016. do vremena donošenja plana, i tada je isto ukazivalo na trend rasta koji je i ostao i u ukupno gledanoj 2017.g. Kako smo navodili i prije, za „sumnjati“ je da postoji i dio koji je u svojoj zoni koju mi ne možemo direktno navesti, a bilo je i prijava nadležnima, proizilazi da uz procjenu tog udjela dolazimo do još većeg prometa te računajući promet u nekomercijalnom objektu (dom škole), brojke bi bile i drukčije tj. veće. Niša cruising gostiju bila je u porastu i u 2017.g. (dominantno amerikanci, nijemci, francuzi, kanadani..). Započela je suradnja i povećanje sa novom agencijom iz Austrije. Cyclo turisti čine poseban udio u stranim gostima ali nismo u prilici adekvatno ih pratiti, no gledajući grafiku ljetnih mjeseci te iz prakse poznato je da oni tada najviše dolaze što popravlja stanje noćenja jer domaći u tom razdoblju stagniraju i manje je dolazaka.

Planom smo predvidjeli ciljeve:

- daljnje održanje prepoznatljivosti i poželjnosti dolaska u destinaciju putem promotivnih i drugih marketinških ativnosti
- konstantna i kvalitetna lokalna, regionalna i šira komunikacija i suradnja
- prilagodba svih tržišnim i nepredvidljivim uvjetma
- povećanje dolazaka-noćenja 5%
- praćenje, analiziranje i povratno informiranje

Dugoročnije: stvaranje okvira i smjernica za kvalitativne promjene, novi razvojni ciklus i repozicioniranje

Navedeno je većim dijelom ostvareno odnosno u općim dijelovima se postupalo u skladu sa postavljenim ili se u tom pravcu krenulo raditi. Gledajući iz ugla turističkog prometa svakako, jer index ukupnog povećanja iznosi 133 za noćenja te 126 za dolaske. Strani gosti imaju veći porast i index 147 što je ohrabrujuće. Iz priloženih materijala u obliku excel tablica vidljivi su ukupni podaci, podaci po zemlji porijekla, podaci po podvrstama objekata te mjesečnoj dinamici dolazaka i noćenja.,

Ukupni izvorni prihodi bili su 103.326kn, no postoji i dug boravišne koji bilježi sustav eVisitor. Za članarinu od P. uprave nismo dobili adekvatne podatke o postotku naplate i ostatku

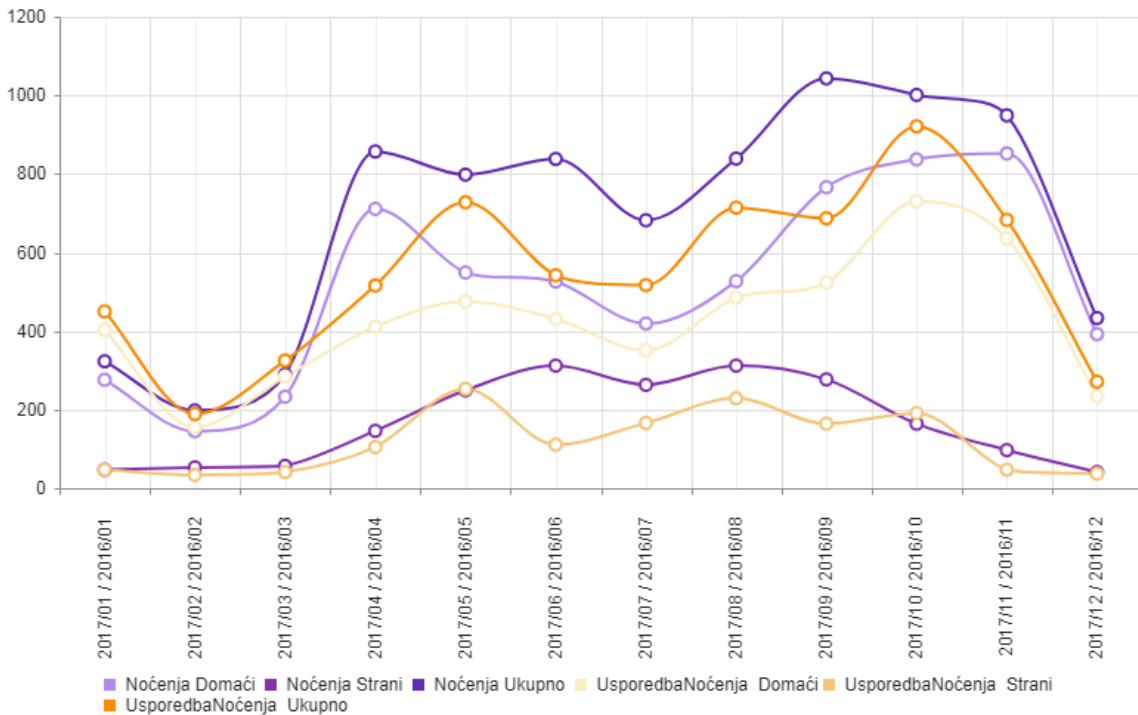
nenaplaćenih zaduženja, što će se vidjeti naknadno i nadamo se do Skupštine. Objekte koji su obveznici paušalne b.pristoje dodatno smo podsjećali na obveze i rokove te na činjenicu da je sve od 01.01. 2016.g. svakom direktno vidljivo u e-visitoru i ne može biti nedoumica jer čak i gotovi ispunjeni virmani se mogu prinati iz e-vistora.

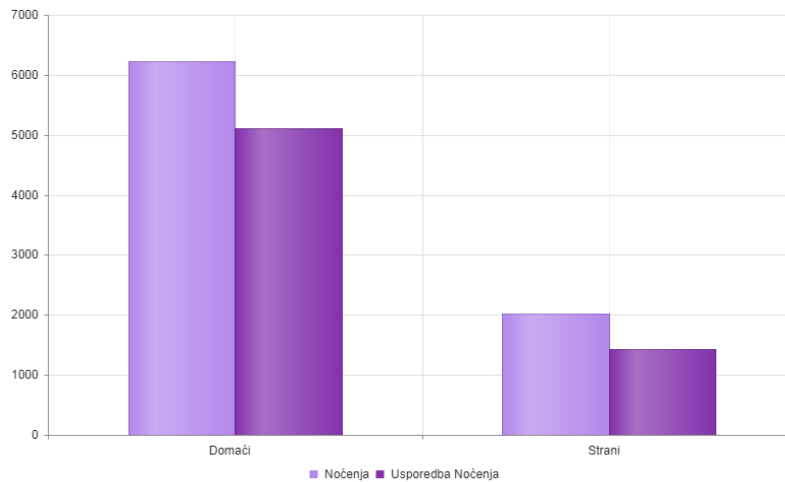
Različiti prikazi prometa koji se odnosi na 2017. priloženi su u excel i chart obliku, navodimo i ovdje dodatno:

Kretanja (prijavljenih) komercijalnih noćenja za protekle 4 godine:

2014.g.	2015.g.	2016.g.	2017.g.
6068	7794	6543	8233

Graf 1:Promet uporedni 2017/2016 po broju i po mjesecima

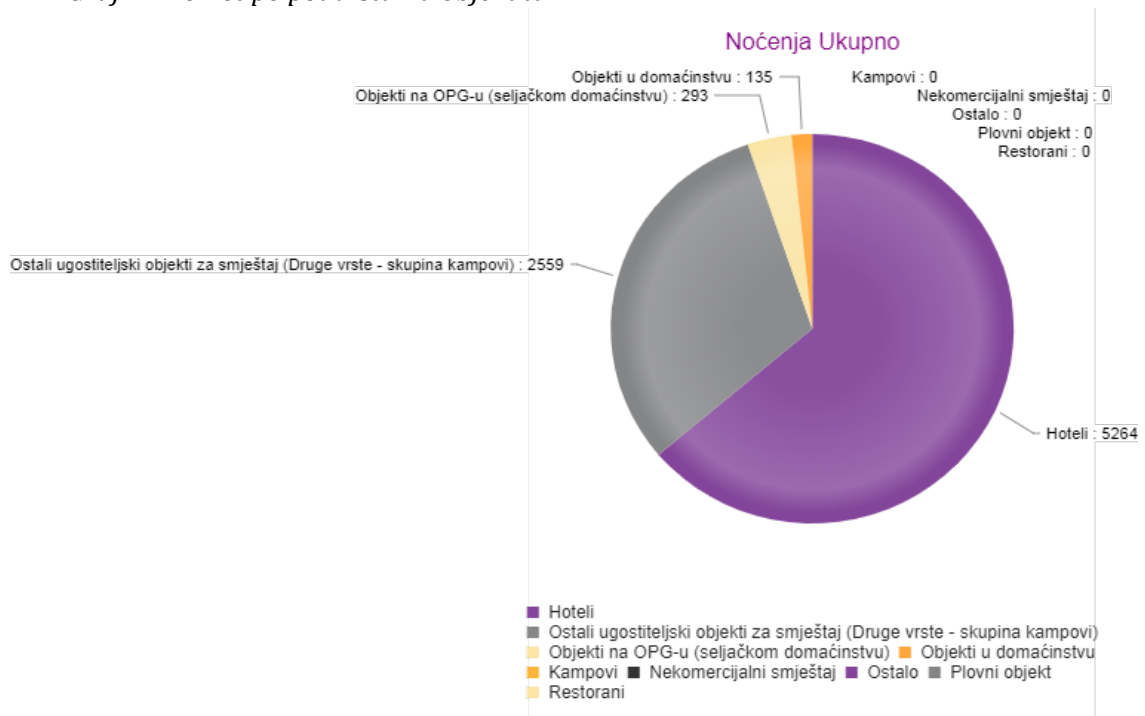




Graf 2:

Domaći/strani, uporedno 2017/2016

Graf 3. Promet po podvrstama objekata

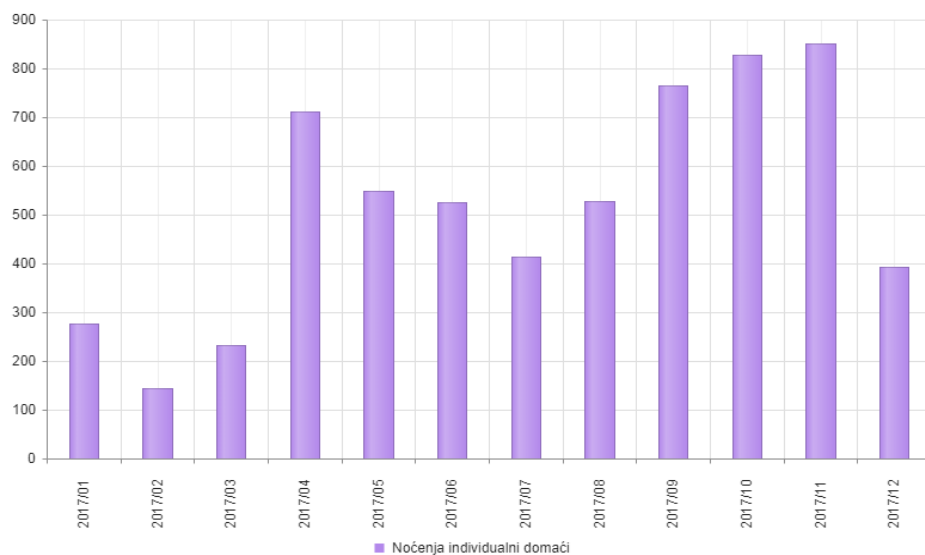


Vidi se da prometom variramo, no u trendu koji je uzlazni. Od ukupnog prometa tri naša člana-ugostitelja nose gotovo 95% prometa što je vrlo bitno i značajno za istaknuti, te s druge strane treba potaknuti i ostale da i sami porade na svom sadržaju, ponudi, marketingu ili po potrebi zatraže i suradnju/pomoć tz.

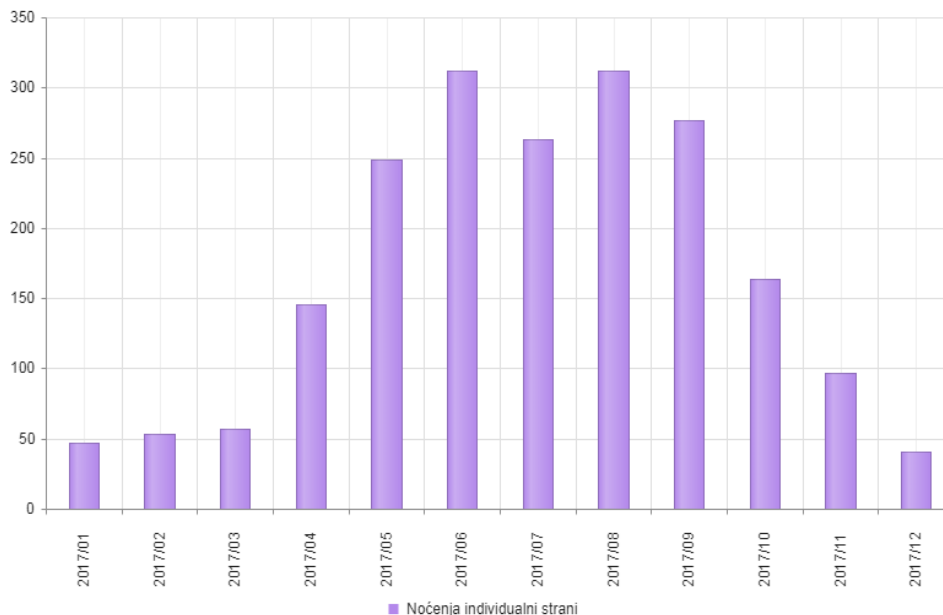
Podvrste-kretanja u razdoblju 2014.-2017.

	2014.g.	2015.g.	2016.g.	2017.g.
Hotel	1695	1956	1474	2198
Vila/sobe	1841	2309	2189	2559
T.naselja	2217	2613	2454	3066
Ostali	309	930	426	428

Neki od obveznika nemaju uopće prometa te je za zaključiti da se djetnošću niti ne bave iako imaju registrirano. Dodatno po tom pitanju nužno je i formalno tražiti očitovanje koje smo već i prije tražili kako bi na kraju krajeva deaktivirali iste iz redovnog prometa jer utječe na ukupnu sliku jer se ležajevi uračunavaju u prosjek. Povećanje od 2-3 tisuće ukupno u odnosu na prosječna kretanja zadnje dvije godine napravilo bi nam značajnji skok i probilo neke barijere te zasigurno imalo i popratne destinacijske efekte.



*Graf 4. Domaći po mjesecima*



*Graf 5. Strani po mjesecima*  
 najviše. Njemačka, Slovenija, BiH, Švicarska, Srbija, Austrija, Italija....

Grafovi domaćih i stranih po mjesecima jasno pokazuju izmjenjivanje i „pokrivanje“ u pojedinim dijelovima godine te mogućnosti i potrebe ciljanih marketinško-promotivnih aktivnosti.

Prikaz kretanja prometa cruisera-pristajanja/osoba:

2008.	2014.	2015.	2016.	2017.
8/852	20/2419	22/2822	31/4168	37/5326

Od navedenog u 2017. bilo je nažalost i otkazanih (4 broda) zbog problema sa mostom u N.Sadu, što znači da bi kada bi i to pribrojili zaista imali velik porast za našu malu destinaciju.

Na povećanja u ostvarenju dolazaka i noćenja znakovito utječu povremeni skupovi, svadbe i slično, jer popune one termine koji vjerovatno ne bi u redovnom dijelu ostvarili posebniji promet. Iločki promet je preko 90% stvarno turističkog motiva, što govori o zaista turističkoj destinaciji u odnosu na okruženje koje ima veće brojke, no to nije „turizam“ ili stvarni turistički uspjeh i motiv dolaska, no za ugostitelje naravno donosi benefit. Svaki objekt pretpostavljamo raspolaže svojim direktnijim saznanjima o dijelu koji je bolji ili manjkaviji u odnosu na prethodnu godinu.

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

## 1. Administrativni marketing

Zajednica za obavljanje stručnih i administrativnih poslova slijedom zakona mora imati t.ured te je isti bio u funkciji i obavljao je zadaće i poslove Ureda/Zajednice sa jednim uposlenikom. U prvom dijelu godine u Ured su bile razmještene gradske pripravnice no iste

su se većinom bavile poslovima za Grad i druge subjekte te su u Uredu pomagale samo oko jednostavnijih stvari te bile na raspolaganju posjetiteljima i drugima u vrijeme kad je direktor odsutan. Za Ured je bilo nužno osigurati sredstva za redovan rad, odnosno i za uposlenika što je planom uz predviđenom namjenskim sredstvima proračuna Grada a ostalo za uredsko poslovanje iz izvornih prihoda (pošta, telefon, internet, uredski materijal i potrepštine, neizbježne usluge: banka, Fina, knjigovodstvo, materijalni troškovi i drugo).

Turistički ured je tijekom 2017. provodio zadatke utvrđene Programom rada Zajednice te zaključcima Turističkog vijeća, obavljao stručne i administrativne poslove u svezi pripremanja sjednica tijela; obavljao pravne, financijske, pripremne knjigovodstvene, kadrovske i opće poslove; vodio evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice; radio analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice odnosno druge zainteresirane subjekte; davao tijelima Zajednice kao i drugim zainteresiranim subjektima stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice.

U Glavni ured Hrvatske turističke zajednice, županijski Turistički ured i Ministarstvo turizma te, po potrebi, i u druge institucije redovito su se dostavljali traženi podatci i izvješća, dok su TZŽ i gradskoj upravi upućeni potrebni ili traženi akti.

Turistički ured je koordinirao i svim aktivnostima vezanim za turističko predstavljanje grada u zemlji i inozemstvu te redovito izvješćivao predstavnike medija o novostima iz područja rada Turističke zajednice.

Troškovi koje nazivamo administrativni su većim dijelom fiksni i imaju veći udio iz razloga što su ostali i izvorni prihodi niski. Ured se sredinom 2016. preselio u zgradu kurije Brnjaković no nema dodatnih troškova u svezi prostora.

Zadaće Zajednice, odnosno prava i obveze te odgovornosti članova i tijela zajednice navedena su jasno u zakonu i statutu, no ovdje to ne navodimo sve. Ona koja se tiču ureda, kao stručno-administrativne službe zajednice su bila između ostalog:

Dnevno obavljanje svih administrativnih, pravnih, financijskih i stručnih poslova u Uredu, dnevno pružanje informacija i distribucija materijala, praćenje turističkog prometa te izrada izvješća, praćenje naplate i ažuriranje popisa subjekata obveznika plaćanja članarine i boravišne te suradnja s nadeležnima za obračun i nadzor, suradnja u radu i realizacija zajedničkih aktivnosti sa drugim subjektima i TZ-ma, suradnja sa uredima državne razine, Ministarstvom turizma, suradnja sa Gradom u djelokrugu turizma destinacije suradnja sa Glavnim uredom HTZ i TZŽ kod realizacije operativnih zadataka i projekata, arhiviranje i čuvanje svih tiskovina, edicija, službenih materijala, stalno prikupljanje turističke građe, ažuriranje turističkih podataka i informacija te prosljeđivanje istih turistima te svim nadležnim po zahtjevu te i drugim i zainteresiranim subjektima. Glavna zadaća je promidžba destinacije odnosno promicanje interesa članova Zajednice.

Skupština je imala dvije redovne sjednice, u ožujku i prosincu, dok je dodatna bila ona Izborna u svibnju. T.Vijeće turističke Zajednice tijekom 2017g. radilo je na sjednicama, a održala se i izborna skupština te je došlo do promjena. Na Izornoj sjednici Supštine Turističke zajednice prihvaćeno je Izvješće verifikacijske komisije o provedenim izborima za Skupštinu Turističke zajednice te je konstituirana Skupština Turističke zajednice koja je odmah na prvoj sjednici imenovala i sastav novih Tijela. Slijedom postupka utvrđivanja broja članova i njihovih pojedinačnih ili grupacijskih udjela čime dobivaju pravo direktnog predstavnika ili više predstavnika odnosno predstavnika grupacije formirana su nova tijela. Također je došlo do promjene Predsjednika Zajednice, u prvom dijelu godine to je bio prethodni gradonačelnik, dok se slijedom provedenih lokalnih političkih izbora promjenom vlasti promjenio i gradonačelnik a samim tim i Predsjednik, tako da u tom kontekstu 2017.g. treba posmatrati i kroz dva različita razdoblja. U novom mandatu imenovan je i zamjenik Predsjednika što prethodno nije bilo, a bitno je za djelovanje Tijela i Zajednice.

Turističko Vijeće radilo je na svojim sjednicama u veljači, svibnju, srpnju, listopadu-studenom te prosincu sukladno zadaćama te zadanom dnevnom redu (*priložiti kao dodatak uz ovo Izvješće*). U drugom dijelu godine uslijed odsutnosti umjesto Predsjednice jednu sjednicu je vodio zamjenik, a dogodilo se i da nema kvoruma. Na navedenim sjednicama raspravljalo se i donosilo odgovarajuće zaključke ili akte sukladno dnevnom redu. Na svakoj sjednici na kraju pod razno direktor Ureda je izvješćivao o prethodno obavljenim, tekućim i aktivnostima koje slijede te se i o tome razgovaralo, savjetovalo i informiralo te usmjeravalo. Sjednice su bile popraćene pripadajućim materijalima te zapisnicima. Postoji stalna problematika nezainteresiranosti članova, neodazivanja i nevoljkosti za formalne i propisane zadaće, N.odbor nije obavio predviđeno što je problematično i potrebno je u tekućem razdoblju popraviti i ispuniti.

Slijedom Statuta i navedenih prava i obveza članova Zajednice očekujemo da ih isti i ispunjavaju odnosno koriste sukladno potrebama i mogućnostima, te budu aktivni. Potrebno je da Predsjednik, članovi Turističkog vijeća i Skupštine i Nadzora kao i predstavnici u drugim tijelima kroz svoj angažman sudjeluju u oblikovanju i realizaciji programa rada, u radu tijela te na realizaciji i praćenju aktivnosti. Članovi za svoju aktivnost ne primaju naknadu. Tijela zajednice kroz svoje obveze, prava, prijedloge i angažman bili su dužni sudjelovati u oblikovanju i realizaciji programa rada, te sudjelovati u radu Tijela te na realizaciji aktivnosti. TZ je suradjivala sa svim tijelima, organizacijama i pojedincima koji pridonose turizmu ili na drugi način unapređuju kvalitetu i korist istog. Tijekom godine treba nastaviti s usklađivanjem poslovanja održavanjem potrebnih sjednica i koordinacija na lokalnoj i županijskoj razini sukladno Zakonu i Statutu.

Turističko vijeće je provodilo odluke i zaključke Skupštine Zajednice te je svrsishodno i racionalno trošilo sredstva Turističke zajednice u aktivnostima utvrđenim Programom rada i financijskim planom. Svo poslovanje i aktivnosti tijekom godine se prilagođavalo stvarnom tijeku i potrebama te pratilo putem sjednica, no i mimo toga, putem direktnih, pojedinačnih ili skupnih sastanaka, konzultacija inicijativa i slično. Suradnja svih skupa treba biti bolja, kvalitetna, stručnija i ravnopravna. TZ/Ured je surađivao sa svima ustanovama, organizacijama i pojedincima javnog i privatnog sektora kada je to bilo obvezno ili potrebno.

Obveze i prava djelatnika propisane su zakonom o radu i pravilnikom, no stvarno stanje i potrebe utječu na stvarni radni angažman i raspored te dodatni rad i angažman i aktivnosti. Upozoravamo da je nužno pratiti usklađenost postupaka i akata sa gradskim postupcima i aktima, kako ne bi imali nepravilnosti zbog razlika između utvrđenog i realiziranog iz proračuna za plaću.

Knjigovodstveno-računovodstveni poslovi predmet su i djelokrug vanjskog knjigovođe temeljem ugovora, sredstva se računavaju u administrativne-uredske troškove.

Ukupno: 151.370,31kn (*obuhvaćaju fiksne i promjenjive troškove navedene u izvješću: telefona, pošte, interneta, uredskog materijala, usluge banke, Fine, knjigovodstva, ostali slični troškovi i usluge te plaća zaposlenog*).

## **2. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

Unapređenje proizvoda, manifestacije, uređenost, novi sadržaji i slično

Razvoj novih proizvoda, sadržaja i projekata nam s obzirom na financijsku i radnu snagu nije bio moguć. No kroz suradnju i partnerstvo sa drugima te kroz adekvatne programe pokušali smo dio toga realizirati u 2017. Suradivalo se na projektu cikloturističke strategije županije te postavljeno i cyclo odmorište u Šaregradu. Započeo je i prekogranični Eu projekt „Central Danube tour“ u kojem je Grad Ilok partner, održana uvodna konferencija projekta, study trip te radionica u sklopu sajma u Novom Sadu te sastanku u Beogradu. Započeo rad odnosno suradnja na projektu „ViCtour“ kojeg je nositelj županija i gdje se očekuje nove atraktivne tehnologije implementirane u prostor te dodatne aktivnosti i sadržaje.



U suradnji i kroz razgovore s Gradom na neke od mogućih natječaja početkom godine nije se prijavilo zbog nedostatka sredstava, svaki ozbiljniji zahvat ili nova aktivnost, projekt i sl. nije moguć bez „pristojnog“ vlastitog udjela, osim toga za neke je uvjet bio i bianco mjenica, a za naše nesigurne i niske financijske uvjete je to velik rizik koji tz ne može tek tako preuzeti. Neke programe i aktivnosti radili smo zajednički za razinu TZŽ, dok je nekoliko iločkih dionika direktno kandidiralo na natječaje M.turizma ili Htz-a te im je direktor/Ured pružao potrebnu ili traženu pomoć. Sustav tz odlučio se zajedno kandidirati na natječaj za nagradu EDEN koji se na razini EU objavljuje na određenu temu te nacionalni i europski pobjednici (ali dijelom i finalisti) dobivaju dugoročno veći značaj i promociju. Na koordinaciji direktora u ožujku odlučilo se kandidirati potez Vukovar-Vučedol-Ilok jer je tema bila kulturni turizam. Prethodno je Ilok već bio finalist Edena 2010.g. Kandidatura u 2017.g. bila je dosta složena zbog samog obuhvata te opširne aplikacije. Direktor je u suradnji s djelatnicom županijskog ureda najintenzivnije radio na pripremi kandidature. Početkom lipnja ušli smo u 10 odabranih, primili povjerenstvo koje je obišlo i dodatno ocijenilo i bodovalo kandidirano. Iako smo se nadali, u samom finalu u Čakovcu smo bili ugodno iznenađeni kada smo uz puno pozitivnih ocjena i čestitki zaista konačno i pobijedili te postali jedna, nacionalna i europska destinacija izvrsnosti. Ova nagrada je jedna od vjerovatno najznačajnijih u Slavoniji ikad te predstavlja veliku priliku i obvezu. Nazočio je i zamjenik Josip Kovač. Sama nagrada i titula govori dovoljno o stručnom radu svih uključenih na ovom potezu prethodnih godina.

Na temu ovogodišnjeg Edena organiziran je od strane Htz i posjet medija Iloku te Vukovaru, te se održala stručna radionica i panel u muzeju Vučedol. Direktor je bio jedan od panelista. Također je Htz organizirao i benchmarking study trip u Italiju (njihove Eden lokacije) za Eden djelatnike-destinacije iz Hr, no direktor zbog preklapanja potvrđenog termina sa stručnim panelom i konferencijom na temu Eu kulturnih ruta te rute Rimskih careva i Dunavske vinske rute nije mogao ići. Nositelji su pozvali direktora TZ Ilok da sudjeluje u radu te održi i posebnu prezentaciju Iloka. Tom prigodom pozvan je i službeno biti članom u posebno rukovodno tijelo ruta, tzv „scientific committee“, kao jedini iz Hrvatske. To pretpostavlja daljnji rad na ovoj aktivnosti te su dodatno napravljeni i poslani u zadanom roku materijali za Ilok za publikaciju i buduću brošuru.

Dosadašnja nikakva ili gotovo minimalna uključenost TZ-a u dugogodišnje aktivnosti u staroj jezgri nastavila se i dalje te nemamo uvida ni posebnih saznanja niti uključenosti. Neovisno o tome ured je nastavio komunikaciju s predstavnicima turske razvojne agencije oko mogućnosti rada na hamamu i stvaranja novog sadržaja, oživljavanja isto novim tehnologijama i slično. Kontakti su se nastavili i u 2018.g („Stories from hamam-meet Suleyman the great“).

Manifestacije su značajan dio rada i oduzimaju i značajan dio vremena i novca sa često upitnim ukupnim efektima i puno improvizacije za ono što su naše primarne zadaće, no nastojali smo i u 2017. izvršiti planirano, osobito Iločku berbu koja je bila jubilara 50-ta. Dio berbe bila je i Noć vina koju smo sa I.podrumima profilirali i kao zaseban i vrlo zanimljiv te posjećen događaj te smo oodržali taj standard. Druga po značaju je Vinkovo u Iloku (u sklopu kojeg je i Pokladno Jahanje i sajam održan po prvi put) što smo nastavili suorganizirati i sufinancirati sa klasterom i Gradom. Odradili smo i 2. Iločku kobasijadu sa jednim od članova te volonterima u organizaciji. Najavljeni i planirani veći događaj „DunavArtFest“ koji se trebao dogoditi u lipnju, a povezuje kulturu i eno-gastromomiju Podunavlja, istovremeno na tri lokacije nas je nažalost zaobišao i oko toga je bilo „komunikacije“ naknadno sa nositeljima (Aleksandar Kostadinov). Poseban Vinski festival sredinom godine, koji je Grad planirao svi skupa radimo i povežemo sa dosadašnjim ocjenjivanjem i izložbom vina Podunavlja i Slavonije nije se mogao održati jer je zapravo većinom planiran iz Eu projekta koji je puno kasnije krenuo te nismo iz njega mogli niti za Berbu koristiti sredstva. Manifestacije i događanja od interesa za lokalni identitet, tradiciju. lokalnu sredinu smo podržali kako je bilo i predviđeno: N.Godina,

Schmidtovi dani Bapska, Petrovo u Šarengradu, malonogometni ljetni turnir, Utrku Dunavac-D.Vražić, manja događanja na Radošu-Matica Radoš-Grahijada i folklor festival.

Prvi put bili smo pokrovitelji i suorganizator/sudomaćini Međunarodne eno-gastro konferencije kojoj su glavni sponzor Iločki podrumi. Ova prigoda pokazala se korisnom u marketinškom i promidžbenom smislu jer su sudionici i drugi iz struke te mediji popratili zbivanje te publicirali dodatne članke i priloge o Iloku odnosno vezane za Ilok u kontekstu teme. Odmah je dogovoreno i za 2018.g. na isti način održati u Iloku. Sam odabir Iloka za ovaj događaj značajno je priznanje i povjerenje

Arhitektonski raspad dijelova mjesta te čistoća i neuređenost dijelova grada je bio velik nedostatak i 2017.g. Veći i sveobuhvatniji projekt sanacije navedenog jedino bi to mogao riješiti na što smo ukazivali već i davno prethodnih godina kada se vidjelo da postaje ozbiljan problem.

Ukupno sredstva: 49. 257,38kn

### **3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

#### **Online komunikacije i offline komunikacije –**

U okviru ovog zadatka objavljujani su klasični autorski i PR članci na portalima, uključujući izvješćivanja, ali i najavu promotivnih i drugih aktivnosti, plaćenih nismo imali.

U okviru zadatka održavanje internet stranica vršene su izmjene i dopune web stranica novim informacijama te plaćao najam/web hosting. Elektroničke online komunikacije, promocije i distribucije-naše društvene mreže: Fbook, Twitter, YouTube i aplikacija Vision One koju se tijekom 2017. realiziralo sa sustavom TZŽ. Sve navedeno je zahtjevalo stalno ažuriranje, praćenje, aktivnost i prilagođavanje te i vrijeme s obzirom na zahtjevnost i potrebno znanje, umijeće i dinamiku funkcioniranja. 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. te Croatia Feeds. Udruženo oglašavanje utvrđeno je media planom TZŽ za domaće i strano tržište (jumbo plakati na području Zagreba, medijska oglašavanja u Sloveniji tisak i web, google i fbook kampanja, web portali, novine, a samostalno dodatno vlastiti promo na društvenim mrežama...). Kroz udruženo oglašavanje radilo se pripreme i asistenciju snimanja unikatnog video vodiča Vsž, kratke i dinamične forme sa prizatom američkom tv producenticom i novinarkom Ashley Colburn te sa istom naknadno radio na stručnoj posjeti stranih studenata Iloku kao primjeru dobre prakse. Također se nevezano za udruženo terenski radilo na snimanju novog turističkog promo video materijala za VSŽ, a krajem 2017. i na kratkom videu za Eden.

Samostalnog financiranje oglašavanja bilo je u manjoj mjeri/iznosu: Vikend van Zagreba, vlastite Fbook kampanje/ boost. Surađivalo se na materijalu prve moto-cyclo karte gdje smo se i oglasili. Sa sustavom tzv.sž izradio se novi zajednički promo letak i dale potrebne informacije za drugu, tj. novu brošuru priroda. 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. Veći dio izmjena i dopuna informacijskih ploča i tabli tur. signalizacije izvršen je u 2016., u 2017. pojavile su se potrebe za nadopunama no iste je bilo potrebno obuhvatiti projektom i dodatno platiti stoga se odlučilo sačekati da ponovno kandidiramo ono što se u međuvremenu pojavilo te uz pomoć natječaja odradimo i financiramo jer toliko nemamo sami. Navedeni manji iznos odnosi se na plaćenu taxu Hrvatskim cestama za dokumentaciju i dozvolu za 2016.

Za potrebe promocije i prezentacije pribavljali su se suveniri, vina i dodatni materijali  
Ukupno sredstva: 20.612,67kn

### **4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

Novi kontakti Ureda ostvareni su sa jednom novom cruising agencijom te i sa agencijom koja dovodi najviše njemačkih gostiju na more, a od jeseni su krenuli i pilot programi za kontinent. Održana je i posebna prezentacija u Munchenu, kao najava nove destinacije uz potporu Htz, istovremeno je to bilo i kratko studijsko putovanje po odabiru i uputama nositelja, od naših je sudjelovao OPG Barbarić koje se odmah može navesti i u kontekstu dobitnika nagrade "Zlatni suncokret ruralnog turizma", kao najbolji Opg, a prijedlog za nagrade prethodno je županiji dostavio direktor. Promotivni nastupi, sajmovi i/ili posebne prezentacije, održani su u najvećoj mjeri (zbog troška i destinacijskog pristupa Slavonija) za razinu cijelog klastera Slavonija ili županije u nekoliko gradova okolnih država, gdje smo bili uključeni s našim materijalima i vinom kao prepoznatljivim „motivom“. Na razini suradnje sa TZŽ bile su posebne prezentacije u Ljubljani, Zagrebu, Rijeci.

Značajniji sajamski nastup bio je u sklopu međunarodnog sajma turizma „Place2Go“ u Zagrebu gdje je TZŽ bila nositelj zajedno sa TZ Ilok a na trošak većinom HTZ. Posebno smo nastupili također sa tzž na sajmu vina i delicija, sa našim vinima i promo materijalima Iloka u Splitu u svibnju gdje je također direktor bio angažiran. Slično, no sa manje efekta za strano tržište no uz specifičnu prezentaciju od strane direktora ponovili smo i u Sv. Ivan Zelina na vinskoj manifestaciji, na poziv i većinski trošak organizatora. Naši materijali bili su i na najvećim sajmovima turizma u Berlinu i Londonu te još par manjih, uz pomoć aktivnosti štanda Dunavskog centra za kompetenciju (Dcc) i HTZ/klastera Slavonija. Direktor je po zamolbi odradio posebnu prezentaciju i štand u sklopu sajma u Celju (prezentiran i ppt Eden), bio sudionik stručnog skupa EU kulturnih ruta i DCC-a, a na poziv sudjelovao na UNWTO godišnjoj konferenciji o održivom razvoju turizma uz Dunav. Ostale posebne nastupe gdje se nastupalo. odrađivali su drugi, a ured im je pripremao i/ili dostavljao potrebne materijale.

TZ Direktor je bio vodič, tumač, domaćin, poslovni partner - tijekom 2017. bilo je dosta studijskih posjeta domaćih i stranih agencija odnosno medija kroz sustav Htz ili kroz druge oblike organizacije, posebna javljanja, priloge, emisije koji je gotovo sve samostalno odradio direktor (HRT višekratno, NovaTV, VTV, STV, SloTV, OsječkaTv., radio postaje.), agenti tour operatora i travel novinari iz Hrvatske, Austrije, Italije, Belgije, Nizozemske, Češke, Njemačke, Srbije, SAD. Turistička zajednica grada Iloka konstantno je promovirala Grad Ilok kao turističku destinaciju: kulturno-povijesne atraktivnosti i lokaliteti, kvalitetna vina/eno-gastro turizam i dunavsko-srijemski krajolik i mogućnosti posebnih oblika rekreativnog turizma.

Ukupno sredstva: 11.307,44kn

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

TZ je kandidirala i odradila stručnu edukaciju za sve zainteresirane i to na temu "Suvremeni turistički proizvod i ponašanje potrošača", održano u listopadu u kuriji-besplatno za sudionike, po programu Uhp-a-e i Edward Barneys visoke poslovne škole. Za navedeno je odobreno 5000kn od Htz-a po ugovoru te smo zato naznačili kao ostvarenje i uskladu sa rashodom aktivnosti no uplaćena početkom 2018. Ovo poglavlje odnosi se i na prikupljanje podataka, obradu i korištenje materijala i informacija iz područja od interesa te izradu dokumenata i analiza. Konstantno se ažuriralo i arhiviralo podatke, informacije, dokumente, foto, video i tiskani materijali te razmjenjivalo i distribuiralo. Ovdje također uključujemo i suradnju sa vanjskim partnerima poput Vinest Network, Dcc i SWG. Na inicijativu i poziv Mint, Unwto i Dcc uključili smo se (u fazi prijave) u Eu projekt „Danost“ kao pilot lokacija u HR. Direktor TZ izabran je za podpredsjednika Vinest project mreže.

Ukupno sredstva: 7.912kn ; 22.011,76kn

## **6. Napomene uz Financijsko izvješće/ostvarenje 2017.**

Prikazano je kako se zahtjeva uporedno: plan-ostvarenje, prihodi/rashodi po stavkama aktivnosti sa dodatnim indexima i udjelima. Ostvareni prihod/rashod: 273.125,37kn, prihodi

od boravišne i članarine su se povećali u odnosu na prethodne godine, primjerice boravišna 2016.:30.005kn,2017.:35.519kn.Članarinu smo očekivali nešto manju zbog smanjenih gospodarskih aktivnosti u Gradu, no kad vidimo konačne podatke iz Porezne uprave znat ćemo točnije da li su pojedini ostvarili bolje rezultate ili se stabilizirao postojeći krug obveznika. Ukupno stanje pokazuje veći realizirani iznos u odnosu na plan s indexom 104,03 no i drukčiju preaspodjelu sukladno realnom kretanju poslovanja i mogućnostima ili nemogućnostima. Po stavkama, neke su drastično manje dok su neke druge u većem udjelu 2017. nego li je predviđeno. Razlozi povećanja su sredstva na računu-prijenos/drugi izvori tj. devizni dio prethodnog razdoblja ostvaren po drugim izvorima stoga je pregledniji uporedni prikaz, iako se računalo da će možda ostati manje, sredstva na računu potrebna za pokrića i razlike godine te tekuće poslovanje i nužnu rezervu, dok je manje na stavci očekivanog od drugih razina. Prihodi su se rasporedili na rashode sukladno aktivnostima vidljivo u tablici. Proračunska sredstva namjenska su i isključivo korištena za brutto plaću uposlenog. Stanje na računu i tijekom godine bilo je od vrlo niskog do stabilnijeg iznosa o čemu je Ured vodio računa, uz racionalno terminski prilagođeno raspoređivanje plaćanja. Iznos 30% boravišne pristojbe transferiran je Gradu sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbi u dinamici na koju knjigovođa mora pripaziti, dio za 12.mjesec se uplaćuje u siječnju 2018. g. U Uredu se dvojno evidentiralo račune te tablicu rasporeda troškova po stavkama plana dok knjigovodstvo vodi računovodstvo za neprofitne organizacije. Priložena Brutto bilanca te godišnji izvještaji daju detaljni uvid stanja imovine, obveza i potraživanja odnosno fin. rezultata u 2017.g.

#### Zaključno:

Naveli smo u planu da je realizacija plana sklop je predviđanja i adekvatnih zajedničkih aktivnosti Zajednice, Grada, članova no i svega onoga što nije do nas i na što ne možemo ili vrlo ograničeno možemo utjecati. Plan rada i financijskog poslovanja u najvećoj mjeri je izvršen ili prilagođen, slijedom stanja, mogućnosti, rada dionika, tijela zajednice i svih drugih Ilok je bio domaćin posjeta ministra turizma i direktora GU HTZ te članova kabineta i G.ureda, u sklopu stručnog skupa „Quo vadis ruralni turizam i zašto je bolje ostati“, koji je direktor TZ Ilok inicirao krajem 2016. sa glavnim nositeljem, Eko-etno grupom. Ovaj skup koji je okupio kompletnu turističku Hrvatsku te brojne druge dionike pokazao se kao još jedan događaj visoke razine kojeg se uspjelo „dovesti“ u Ilok te uspješno sa svim lokalnim dionicima suorganizirati čime se dobila dodatna i pozitivna afirmacija u medijima i na tržištu te potvrdio rad ovog sektora u privatnom i javnom kontekstu Ureda/Zajednice/Grada..

Prošla godina pokazala je kroz pozitivni rezultat posjeta, značajne skupove i nagrade da smo usitinu puno toga radili i napravili te da moramo isto zadržati i unaprijeđivati kroz nove ili poboljšane sadržaje te generalno kvalitetu ponude i cijele destinacije. Stagnacija u ekonomskom i drugom smislu nam usporava taj proces no samim rezultatima te izdvajanjem Grada za dodatne aktivnosti u turizmu te kroz navedene projekte na kojima surađujemo zapravo već činimo pomake. Strateški marketinški i razvojni plan turizma za koji smo kandidirali i koji usitinu neophodno trebamo bit će ključni stručni doprinosi za novu viziju i održivost. Brojke dnevnih posjeta koje memamo papirnato ali su puno veće od brojki noćenja ostavljaju zadatak da izletnički turizam treba mijenjati što više u pravcu stacionarnog, onog koji uključuje noćenja. Nije bilo moguće sve točno prognozirati planom i točno ispuniti osobito u financijskom segmentu i dijelu koji se tiče drugih čimbenika stoga je i poslovanje i financijsko stanje rezultat realnosti kojoj smo se prilagođavali, u bilanci navedena stanja obzirom na uvjete su relativno očekivana, predlažemo pokriti za razliku, tekuće poslovanje te rezervu..

Treba jasno zaključiti – Zajednica ima svoju specifičnu i složenu ulogu, no samo je jedan čimbenik u krugu i lancu dionika javnog i privatnog sektora o kojima turizam „ovisi“, a tržište samostalno i po svojoj volji odlučuje, bez obzira na to što i kako činili ili ne.

