



**Srijem i
Slavonija**
Protkani zlatom

TURISTIČKA ZAJEDNICA
VUKOVARSKO-SRIJEMSKÉ ŽUPANIJE

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU
GODIŠNJEG PROGRAMA RADA
ZA 2025. godinu**

svibanj, 2026.

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU GODIŠNJEG PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE VUKOVARSKO – SRIJEMSKJE ŽUPANIJE
U 2025. godini**

Sadržaj:

UVOD

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

2. RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

2.3. Podrška turističkoj industriji

3. KOMUNIKACIJSKA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije, poslovne radionice

3.6. Kreiranje promotivnog materijala

3.7. Internetske stranice

3.8. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije

4.2. Stručni skupovi i edukacije

4.3. Koordinacija i nadzor

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

7. FONDOVI – posebne namjene

UVOD

Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije u 2025. godini realizirala je osnovne programske zadatke.

- **Financijsko ostvarenje**

Ukupni prihodi Turističke zajednice Vukovarsko – srijemske županije u 2025. godini iznose 489.225,17 eura. U nastavku je razrada prihoda i rashoda sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

1. **Izvorni prihodi iznose: 97.076,00 eura**
po osnovi turističke članarine 59.041,70 eura
po osnovi turističke pristojbe 38.034,30 eura.
2. **Prihodi iz županijskog proračuna** 55.500,00 eura. Prihodi iz županijskog proračuna odnose se na sufinanciranje rada zaposlenika Zajednice.
3. **Prihodi od sustava turističkih zajednica** po Uredbi za nerazvijene ukupno iznose 210.000,00 eura, odnose se na prihod za projekte regionalne turističke zajednice iz Fonda za nerazvijene.
4. **Prihodi za udružene** iznose 50.000,00 eura odnose se na prihod za projekte udruženih regionalnih turističkih zajednice (klaster Slavonija) iz Fonda za nerazvijene.
5. **Preneseni prihodi** iz 2024. godine iznose 31.573,59 eura.

Prihodi posebne namjene u iznosu 242.320,00 eura odnose se na sredstva namijenjena lokalnim turističkim zajednicama koja dodjeljuje Hrvatska turistička zajednica iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

TZ VSŽ je u 2025. godini najveći prihod ostvarila po osnovi prihoda od sustava turističkih zajednica s udjelom od 42,93 %. Izvorni Prihodi iznose 19,8 % ukupnih prihoda TZ VSŽ u 2025. godini.

Ukupni rashodi TZ VSŽ u 2025. godini iznose 444.107,42 eura

Rashodi se odnose na:

1. Istraživanje i strateško planiranje: 30.692,00 eura
2. Razvoj turističkog proizvoda: 122.946,20 eura
3. Komunikacija i oglašavanja: 162.422,43 eura
4. Destinacijski menadžment: 5.147,89 eura
5. Članstvo u strukovnim organizacijama: 0,00
6. Administrativni poslovi: 123.045,17 eura
7. Rezerva: 0,00 eura

Udio troškova za plaće zaposlenika i materijalne troškove iznosi ukupnih 27,69 % rashoda TZ VSŽ u 2025. godini.

Najveći udio u rashodima TZ VSŽ odnosi se na komunikaciju i oglašavanje s udjelom od 36,56%. Razvoj turističkog proizvoda predstavlja udio od 27,67 % rashoda TZ VSŽ.

Razlika ostvarenih prihoda i rashoda iznosi + 45.117,75 eura.

- **Turistički promet**

Vukovarsko-srijemska županije bilježi blagi porast u dolascima, ali pad u noćenjima za 4.184 noćenja.

Ukupan broj ležaja na području Vukovarsko – srijemske županije u 2025. godini iznosi 3.463 ležaja što predstavlja povećanje od 129 ležaja.

Detaljna statistika smještaja prema sustavu eVisitor nalazi se s priložima Izvješća o izvršenju.

PODACI O TURISTIČKOM PROMETU ZA 2025. GODINU

Županijska turistička zajednica: **Vukovarsko - srijemska**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|----------------|------------|--------------------------|----------------|------------|--------------------|--------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 104.490 | 193.128 | 100 | 104.459 | 197.312 | 100 | 100,03 | 97,88 |
| Domaći turisti | 78.233 | 132.073 | 68,39 | 78.332 | 134.194 | 68,01 | 99,87 | 98,42 |
| Strani turisti | 26.257 | 61.055 | 31,61 | 26.127 | 63.118 | 31,99 | 100,50 | 96,73 |

Ostvareni dolasci i noćenja po mjesecima u 2025:

| | I. | II. | III. | IV. | V. | VI. | VII. | VIII. | IX. | X. | XI. | XII. |
|---------|--------|--------|--------|--------|---------------|--------|--------|--------|--------|---------------|---------------|--------|
| Dolasci | 6.979 | 7.080 | 8.109 | 9.325 | 12.389 | 8.525 | 5.266 | 6.569 | 11.117 | 11.761 | 10.171 | 7.199 |
| Noćenja | 12.554 | 11.301 | 16.380 | 18.057 | 22.023 | 15.320 | 11.619 | 13.545 | 20.114 | 22.158 | 18.298 | 11.759 |

Noćenja su ostvarena u ukupno 445 smještajnih objekta i 3463 ležaja.

Najposjećeniji mjeseci su listopad, potom svibanj i studeni.

Najzastupljenije dobne skupine su 45 – 54, potom 35 – 44 i 25 – 34 godina.

U ukupnom broju dolazaka, njih 90,56 % realizirano je individualno, a 9,44 % agencijski.

• Podaci po turističkim zajednicama u 2025. godini:

Lokalna turistička zajednica: **Vukovar (Vukovarsko - srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|---------------|------------|--------------------------|---------------|------------|--------------------|---------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 55.719 | 91.381 | 100 | 52.996 | 86.794 | 100 | 105,14 | 105,28 |
| Domaći turisti | 46.641 | 70.378 | 77,02 | 44.772 | 66.639 | 76,78 | 104,17 | 105,61 |
| Strani turisti | 9.078 | 21.003 | 22,98 | 8.224 | 20.155 | 23,22 | 110,38 | 104,21 |

Usporedno sa 2024. godinom bez školskih ekskurzija:

Županijska turistička zajednica: **Vukovar (Vukovarsko – srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|---------------|------------|--------------------------|---------------|------------|--------------------|---------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 21.342 | 45.957 | 100 | 18.431 | 42.001 | 100 | 115,79 | 109,42 |
| Domaći turisti | 15.468 | 30.552 | 66,48 | 12.929 | 26.542 | 63,19 | 119,64 | 115,11 |

| | | | | | | | | |
|----------------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|
| Strani turisti | 5.874 | 15.405 | 33,52 | 5.502 | 15.459 | 36,81 | 106,76 | 99,65 |
|----------------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|

Lokalna turistička zajednica: **Vinkovci (Vukovarsko - srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|---------------|------------|--------------------------|---------------|------------|--------------------|--------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 28.278 | 62.872 | 100 | 31.409 | 67.495 | 100 | 90,03 | 93,15 |
| Domaći turisti | 20.453 | 39.052 | 62,11 | 21.892 | 40.803 | 60,45 | 93,43 | 95,71 |
| Strani turisti | 7.825 | 23.820 | 37,89 | 9.517 | 26.692 | 39,55 | 82,22 | 89,24 |

Lokalna turistička zajednica: **Ilok (Vukovarsko - srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------|---------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 6.543 | 9.728 | 100 | 5.621 | 8.086 | 100 | 116,40 | 120,30 |
| Domaći turisti | 4.983 | 7.522 | 77,32 | 4.313 | 6.156 | 76,13 | 115,53 | 122,19 |
| Strani turisti | 1.560 | 2.206 | 22,68 | 1.308 | 1.930 | 23,87 | 119,27 | 114,30 |

Lokalna turistička zajednica: **Županja (Vukovarsko - srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------------|---------------|------------|--------------------|--------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 5.282 | 9.854 | 100 | 4.843 | 12.999 | 100 | 109,06 | 75,81 |
| Domaći turisti | 2.094 | 4.910 | 49,83 | 2.497 | 7.955 | 61,20 | 83,86 | 61,72 |
| Strani turisti | 3.188 | 4.944 | 50,17 | 2.346 | 5.044 | 38,80 | 135,89 | 98,02 |

Lokalna turistička zajednica: **Nijemci (Vukovarsko - srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------|---------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 1.122 | 2.138 | 100 | 1.140 | 1.642 | 100 | 98,42 | 130,21 |
| Domaći turisti | 181 | 562 | 26,29 | 236 | 496 | 30,21 | 76,69 | 113,31 |
| Strani turisti | 941 | 1.576 | 73,71 | 904 | 1.146 | 69,79 | 104,09 | 137,52 |

Lokalna turistička zajednica: **Babina Greda (Vukovarsko - srijemska)**

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------|---------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 1.495 | 2.132 | 100 | 1.658 | 2.099 | 100 | 90,17 | 101,57 |
| Domaći turisti | 319 | 514 | 24,11 | 376 | 599 | 71,46 | 84,84 | 85,81 |
| Strani turisti | 1.176 | 1.618 | 75,89 | 1.282 | 1500 | 28,54 | 91,73 | 107,87 |

Lokalna turistička zajednica: područja Spačvanska šuma (Vukovarsko - srijemska)

Vremenski period **Siječanj - Prosinac 2025**

| zemlja | Siječanj - Prosinac 2025 | | | Siječanj - Prosinac 2024 | | | indeks 2025 / 2024 | |
|----------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------------|--------------|------------|--------------------|--------------|
| | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja | % noćenja | dolasci | noćenja |
| Ukupno | 2.550 | 4.458 | 100 | 2.924 | 7.596 | 100 | 87,21 | 58,69 |
| Domaći turisti | 1.468 | 2.642 | 59,26 | 2.116 | 6.120 | 80,57 | 69,37 | 43,26 |
| Strani turisti | 1.082 | 1.816 | 40,74 | 808 | 1.476 | 19,43 | 133,91 | 123,03 |

- Tržišta s preko 1000 noćenja: prema broju noćenja od najviše prema najmanje

| | Ukupni broj noćenja u VSŽ iz zemlje | Udio noćenja % |
|------------------------------|-------------------------------------|----------------|
| Bosna i Hercegovina | 9.933 | 5,14 % |
| Njemačka | 8.627 | 4,28 % |
| Poljska | 3.623 | 1,88 % |
| Slovenija | 3.533 | 1,84 % |
| Srbija | 3.233 | 1,67 % |
| Italija | 3.171 | 1,64 % |
| Austrija | 2.260 | 1,17 % |
| Rumunjska | 2.224 | 1,15 % |
| Bugarska | 1.900 | 0,98 % |
| Mađarska | 1.731 | 0,90 % |
| Ukrajina | 1.600 | 0,83 % |
| Švicarska | 1.424 | 0,74 % |
| Ostale azijske zemlje | 1.399 | 0,72 % |
| Letonija | 1.323 | 0,69 % |
| Francuska | 1.218 | 0,63 % |
| SAD | 1.161 | 0,60 % |
| Španjolska | 1.090 | 0,56 % |
| Australija | 1.076 | 0,56 % |

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

„Plan upravljanja destinacijom“ izrađuje turistička zajednica za područje jedne ili više lokalnih ili regionalnih turističkih zajednica te Turistička zajednica Grada Zagreba. Plan upravljanja destinacijom izrađuje se za razdoblje od četiri godine.

Plan upravljanja destinacijom određuje smjer razvoja destinacije u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima, a sadrži:

- analizu stanja
- popis resursne osnove
- pokazatelje održivosti na razini destinacije propisane člankom 14. ovoga Zakona
- razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje
- prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije te
- popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije
- popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Utrošena sredstva: 30.692,20 eura/ 30.700 eura

2. RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Razvoj ključnih proizvoda: Eno-gastro, kulturni i vinski
Doživi Srijem i Slavoniju, podrška manifestacijama i događanjima Vukovarsko-srijemske županije

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Na najvećem svjetskom sajmu turizma ITB u Berlinu Vukovarsko-srijemskoj županiji dodijeljen je najpoznatiji destinacijski certifikat na svijetu. Green Destinations model certificiranja je sveobuhvatni proces certificiranja održivosti u turizmu koji je primjenjiv u cijelom svijetu. Proces certificiranja obuhvaća sve komponente održivog razvoja –

društvenu, okolišnu, ekonomsku i kulturnu. Vukovarsko-srijemska županija postigla je odlične rezultate u gotovo svim područjima certificiranja, a najviši broj bodova ostvaren je u područjima kulture i tradicije, prirode i krajolika te društvenog blagostanja. Green Destinations priznanje je značajan doprinos promociji Vukovarsko-srijemske županije kao destinacije održivog turizma, jednoj od tri kontinentalne regije u Hrvatskoj koje se mogu pohvaliti ovim priznanjem. Nastojanja cijele destinacije prate i pružatelji usluga u turizmu. Nekoliko njih uspješno je prošlo Green Destinations Business Certification program. Među ponosnim nositeljima Good Travel Seal certifikata nalaze se Vukovarski vodotoranj – simbol hrvatskog zajedništva, Muzej vučedolske kulture, Bioekološko-edukacijski centar Virovi te Kuzmanovi dvori.

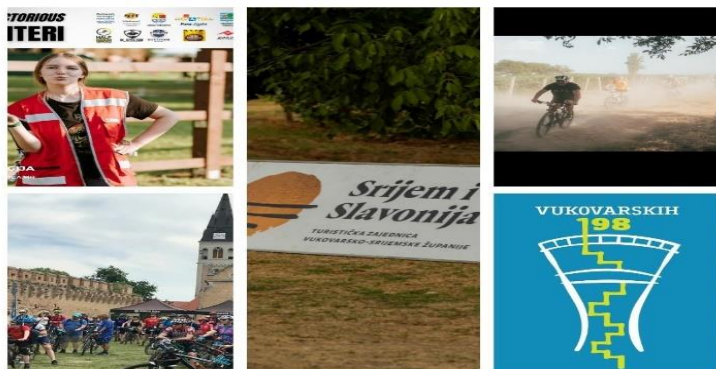


2.3. Podrška turističkoj industriji

Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije u 2025. godini sudjelovala je u sufinanciranju brojnih manifestacija na lokalnoj i regionalnoj razini s ciljem poboljšanja manifestacija i privlačenja većeg broja turista.

Turistička zajednica Vukovarsko – srijemske županije u 2025. godini podržala je brojna događanja i sportske manifestacije koje su od velikog značaja za razvoj destinacije jer potiču povećanje broja dolazaka iz različitih dijelova zemlje i inozemstva (BRUT trail, HIGL Open 2025., Vinkovačka triologija, Victorious Valens, Vukovarskih 198, Europsko sveučilišno prvenstvo u vaterpolu, Mamothfest, 18. Vukovarski etno sajam, Šokačka kraljica, Žetvene svečanosti, Raspjevana Cvelferija, Šokačko sijelo, Dunavska regata, Miholjski dani, Dani ptica selica, Suncokret ruralnog turizma, 32. Festival glumca i brojne druge).

Provedbom svih planiranih aktivnosti povećali smo vidljivost na regionalnoj i međunarodnoj razini povezanoj s prezentacijom destinacije kao poželjne za održavanje raznih sportskih manifestacija, te destinaciji koja ima potencijal za daljnji razvoj različitih ne samo dvoranskih sportova već i outdoor aktivnosti, aktivni turizam.



Kroz realizaciju projekta Eno-gastro Srijema i Slavonije podržane su slijedeće manifestacije Dunav Wine Festival, Festival traminca, Eno-gastro snimanje, GastroA, Okusi Hrvatske tradicije, Pjenušavi doručak, Promo materijali, Regija u pokretu, Večer Srijema i Slavonije u suradnji s Agro-klasterom d.o.o. i Zero Waste radionica u suradnji s Mariom Mandarićem.

Guštanje u hrani i vinu s pogledom na Dunav i zalazak sunca zvuči gotovo nestvarno, ali moguće je u Iloku. Nešto sasvim drugačije i jedinstveno. Destinacija Srijem i Slavonija bila je domaćin svjetskim vinskih znalcima, ocjenjivačima, novinarima, sommelierima i proizvođačima graševine.

Cilj nam je unaprijediti održivi razvoj destinacije i promovirati njezinu prepoznatljivost kroz primjenu alata i modela te zadovoljenje kriterija Green Destinations. Također, u skladu s ciljevima održivog razvoja i Green Destinations-a, destinacija kroz primjenu modela procesa certificiranja Green Destinations želi postići znatno veću razinu konkurentnosti budući da se radi o alatima koji značajno podižu kvalitetu upravljanja destinacijom.

Dani Okusa Srijema i Slavonije

Pravi hedonizam i to po nikad povoljnijim cijenama u više od stotinu restorana diljem Lijepe Naše. Dani Okusa hrvatske tradicije održavaju se svake godine u mjesecu studenom i to dva tjedna, među kojima je bilo 10 restorana i 2 kušaonice iz Vukovarsko – srijemske županije.

Utrošena sredstva: 122.946,20 eura / 139.000,00 eura

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje i brending sustava i brend arhitekture

Srijem i Slavonija, destinacija i brend turizma u Hrvatskoj

Promotivnim kampanja i sajamskim nastupima informiramo domaće i inozemno tržište o ključnim atrakcijama destinacije Srijema i Slavonije. Smjernice za komunikaciju i oglašavanje definirali smo izradom dokumenta „Komunikacijska strategija Vukovarsko – srijemske županije za razdoblje 2023. – 2025. godine.“ Identificirao je postojeće resurse i kanale promocije (Internet, mobilna aplikacija, brošure, plaćene medije). Promotivne aktivnosti i PR kampanje realizirane su putem tvrtki DCT d.o.o., A&R, te STAR DIGITAL za dio oglašavanje klastera. Klaster Slavonija sudjelovao je na inozemnim sajmovima u Sloveniji-Ljubljani, Munchen, Utrecht, Beč. Troškovi sajamskih nastupa uključuje troškove opreme štanda , informatora i slično.

Vrijednost projekta: 162.422,43 eura / 172.000,00 eura

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

U skladu sa svojim zakonskim zadaćama, TZ VSŽ realizirala je promotivne i PR kampanju u razdoblju od 31.07. – 10.09.2025. godine. PR kampanja provodila se kontinuirano ističući ključne sadržaje i ponudu s područja županije.

Svi ciljevi kampanje (zakup impresija) su ostvareni, a na pojedinim kanalima i značajno premašeni – ostvarili smo odlične rezultate. Tako smo u display kampanji na hrvatskom tržištu dosegli gotovo 700.000 jedinstvenih korisnika, u kampanji na društvenim mrežama u HR preko 840.000 korisnika, a u kampanji DV360 u Sloveniji 455.000 jedinstvenih korisnika.

SRIJEM & SLAVONIJA KAMPANJA

Brend kampanja Turističke zajednice Vukovarsko-srijemske županije
s ciljem povećanja brend prepoznatljivosti turističke destinacije Srijem & Slavonija na
na tržištima: HR & SI.

| BANNER KAMPANJA | GRATIS PR | SOCIAL | PROGRAMMATIC |
|---|---|--|---|
| Display kampanja na nacionalnim portalima visokog doseg. Korišteni su premium formati portala s ciljem jačanja awarenessa. Tržište: HR | Dodatna gratis promocija kroz objave 6 PR članaka. Tržište: HR | Kampanja s ciljem awarenessa s feed i story kreativama s campaign budget optimizacijom. Tržište: HR | Kampanja s ciljem jačanja brend awarenessa uz kombinaciju traffic i reach optimizacije za bolji performance. Tržište: SI |

Period kampanje: 31.7. – 10.9.2025.
Ukupno: 25.101,47 € neto / 31.376,83 € bruto



SRIJEM & SLAVONIJA KAMPANJA MEDIA PLAN

| Investment Display | | | | | | | | | | | |
|---------------------|-------------------|--|---------------------|-------------------------|---------|---------|----|--------------------------|-----------|-------------|------------|
| Website | Section | Creative | Size | From | Until | Days | FC | Estimated Ad Impressions | CPM | Netto | |
| Hrvatska | dnevnik.hr | Naslovnica, Vijesti, Punksfer, Zadovoljna | Mega Billboard | 970x500 | srpanj | kolovoz | 30 | 2 | 350.000 | 9,94 | 3.479,00 € |
| | dnevnik.hr | Vijesti, Punksfer, Zadovoljna | Mobile Half Page | 300x600 | srpanj | kolovoz | 30 | 2 | 364.700 | 7,95 | 2.899,37 € |
| | vecernji.hr | Naslovnica, Vijesti, Life&Style | Mega Billboard | 970x500 | srpanj | kolovoz | 30 | 2 | 350.000 | 10,99 | 3.846,50 € |
| | vecernji.hr | Vijesti, Life&Style | Mobile Half Page | 300x600 | srpanj | kolovoz | 30 | 2 | 360.000 | 8,11 | 2.919,60 € |
| | indeks.hr | Naslovnica, Vijesti, Life&Style, Showbiz | Mega Billboard | 970x500 | srpanj | kolovoz | 30 | 2 | 350.000 | 7,72 | 2.702,00 € |
| | indeks.hr | Vijesti, Life&Style, Showbiz | Mobile Half Page | 300x600 | srpanj | kolovoz | 30 | 2 | 380.000 | 7,25 | 2.755,00 € |
| | dnevnik.hr | dnevnik.hr | PR article x1 | Text + image | TBD | TBD | | | | | gratis |
| | dnevnik.hr | punksfer.hr | PR article x1 | Text + image | TBD | TBD | | | | | gratis |
| | jutarnji.hr | jutarnji.hr | PR article x1 | Text + image | TBD | TBD | | | | | gratis |
| | jutarnji.hr | gloria.hr | PR article x1 | Text + image | TBD | TBD | | | | | gratis |
| | indeks.hr | indeks.hr | PR article x1 | Text + image | TBD | TBD | | | | | gratis |
| | indeks.hr | indeks.hr | PR article x1 | Text + image | TBD | TBD | | | | | gratis |
| Facebook/Instagram | News Feed | Image Ad - Reach | 1200x1200 | srpanj | kolovoz | 30 | 4 | | | | |
| Facebook/Instagram | Story | Story - Reach | 1080x1920 | srpanj | kolovoz | 30 | 4 | 2.000.000 | 1,50 | 3.000,00 € | |
| Slovenija | DV960 - SLOVENIJA | GEO 5x, A18+ (travel, culture, gastronomy) | IAB standard banner | 3x250, 300x600, 970x250 | srpanj | kolovoz | 30 | 3 | 1.000.000 | 3,50 | 3.500,00 € |
| TOTAL | | | | | | | | 5.154.700 | | 25.101,47 € | |
| 20% DDV | | | | | | | | | | 6.275,37 € | |
| TOTAL CLIENT | | | | | | | | | | 31.376,83 € | |



SRIJEM & SLAVONIJA KAMPANJA NACIONALNI PORTALI

| Website | Section | Creative | Size | From | Until | Days | FC | Estimated Impressions | Actual Impressions | Actual clicks | CTR |
|----------------------------|--|------------------|---------|-------------|------------|------|----|-----------------------|--------------------|---------------|--------------|
| dnevnik.hr | Naslovnica, Vijesti, Life&Style | Mega Billboard | 970x500 | 31.07.2025. | 24.8.2025. | 25 | 2 | 350.000 | 488.281 | 1.113 | 0,23% |
| vecernji.hr | Naslovnica, Vijesti, Life&Style, Showbiz | Mega Billboard | 970x500 | 31.07.2025. | 24.8.2025. | 25 | 2 | 350.000 | 354.670 | 538 | 0,15% |
| vecernji.hr | Naslovnica, Vijesti, Life&Style | Mega Billboard | 970x500 | 31.07.2025. | 24.8.2025. | 25 | 2 | 350.000 | 345.673 | 638 | 0,18% |
| TOTAL DESKTOP | | | | | | | | 1.050.000 | 1.188.624 | 2.434 | 0,20% |
| dnevnik.hr | Vijesti, Life&Style | Mobile Half Page | 300x600 | 31.07.2025. | 24.8.2025. | 25 | 2 | 364.700 | 366.292 | 432 | 0,12% |
| jutarnji.hr | Vijesti, Life&Style, Showbiz | Mobile Half Page | 300x600 | 31.07.2025. | 24.8.2025. | 25 | 2 | 360.000 | 383.066 | 307 | 0,08% |
| vecernji.hr | Vijesti, Life&Style | Mobile Half Page | 300x600 | 31.07.2025. | 24.8.2025. | 25 | 2 | 380.000 | 363.111 | 470 | 0,13% |
| TOTAL MOBILE | | | | | | | | 1.104.700 | 1.089.469 | 1.009 | 0,09% |
| TOTAL LOCAL DISPLAY | | | | | | | | 2.154.700 | 2.278.092 | 4.243 | 0,19% |

Kampanjom je ostvarila **planirani KPI s 2.279.002 impresija** čime je dosegnuto **699.928 jedinstvenih korisnika** uz prosječnu frekvenciju prikazivanja oglasa od **2,2**.

Kampanja je također generirala **4.243 klikova**, čime je osigurana dodatna interakcija korisnika s brendom, uz prosječan CTR od **0,19%**.



PERFORMANCE META KAMPANJA

| Website | Section | Creative | Size | From | Until | Days | FC | Estimated impressions | Actual impressions | Actual clicks | CTR |
|---------------------------|-----------|------------------|-----------|-------------|------------|------|----|-----------------------|--------------------|---------------|--------------|
| Facebook / Instagram | News Feed | Image Ad - Reach | 1200x1200 | 31.07.2025. | 24.8.2025. | 25 | 4 | 2.000.000 | 2.811.066 | 2.787 | 0,10% |
| Instagram | Story | Story Reach | 1080x1920 | 31.07.2025. | 24.8.2025. | 25 | 4 | | | | |
| TOTAL PROGRAMMATIC | | | | | | | | 2.000.000 | 2.811.066 | 2.787 | 0,10% |

Kampanjom je dosegnuto **840.512 korisnika** na društvenim mrežama (total frekvencija - **2,91**). Ostvareno je ukupno **2.811.066** impresija i **2.787** jedinstvenih klikova uz prosječan CTR od **0,10%**.

Placement koji je ostvario najviše impresija je Facebook feed (in app) sa 1.461.708 prikaza te se kao najrelevantija publika pokazala od 25-34 godine. Također, prema demografiji 55% oglasa prikazalo se muškarcima, a 45% ženama.



PERFORMANCE DV360 KAMPANJA

| Website | Section | Creative | Size | From | Until | Days | FC | Estimated impressions | Actual impressions | Actual clicks | CTR |
|--------------------------------|--|---------------------|---------------------------|-------------|-------------|------|----|-----------------------|--------------------|---------------|--------------|
| DV360 (Google programmatic) SI | GEO SI (all 25+) + interests (Hobbies & Hobbies, Travel, Outdoor Enthusiasts, Foodies) | IAB Standard banner | 300x250, 300x600, 970x250 | 06.08.2025. | 24.08.2025. | 19 | 3 | 1.000.000 | 4.511.008 | 2.123 | 0,05% |
| TOTAL PROGRAMMATIC | | | | | | | | 1.000.000 | 2.511.008 | 2.123 | 0,05% |

Kampanja je ostvarila odlične rezultate – ukupan broj impresija dosegao je **4,5 milijuna**, što je **3,5 milijun impresija više od planiranih**, zahvaljujući kontinuiranoj optimizaciji kroz DV360 platformu. Ovakav rezultat potvrđuje učinkovitost kampanje u maksimiziranju dosega i smanjenju troška po impresiji.

Kampanja je dosegla **455.008 jedinstvenih korisnika**, te **2.123 klikova**, čime je osigurana dodatna interakcija korisnika s brendom.

Ovi rezultati jasno pokazuju da je kampanja ne samo ispunila, već i značajno premašila očekivanja, potvrđujući uspješnost strategije usmjerene na osiguravanje snažne prisutnosti Brenda Srijem & Slavonija među ciljanom publikom.



SI - 300X250

300x250-4

Preview mode: Desktop | Website: Blank page | Preview location: On screen

Prepoznati. Pristati. V sreci Slavonije in Srijema.

300x250-2

Preview mode: Desktop | Website: Blank page | Preview location: On screen

Kjer tradicija ni preteklost, temveč vsakdan.

300x250-3

Preview mode: Desktop | Website: Blank page | Preview location: On screen

Trajnost ni modna muha, je stara slavonska navada.

300x250-1

Preview mode: Desktop | Website: Blank page | Preview location: On screen

Kjer domaće nima cene, le čustva.

3.3. Odnosi s javnošću: Globalni i domaći PR

Oglašavanje se redovno provodi na društvenim mrežama: Facebook, Instagram i Tik Tok-a.

TZ VSŽ redovito objavljuje sva događanja i ponudu županije na portalima HR turizam, Turističke priče, Novosti, Hrvatski radio Županija i HTZ newsletter.

TZ VSŽ oglašavala se i na slovenskom tržištu: HRVAŠKA , ODDIH, DNEVNIK.SI i NIKA.

Digitalna promocija

Svakodnevno se ažurira i nadograđuje web stranica, a društvene mreže Visit Srijem Slavonija aktivno i kontinuirano se koriste za promocije ukupne turističke ponude, ali i konkretnih lokalnih dionika, fotografa, proizvođača. Obnovljena je foto arhiva TZ VSŽ u suradnji s foto Bačo.

3.4. Marketinška i poslovne suradnje (Klaster Slavonija)

TZ Vukovarske županije u suradnji sa ostale četiri slavonske županije sudjeluje u raznim zajedničkim aktivnosti. Kroz Fond za nedovoljno razvijena područja za udružene prijavljujemo projekte iz kojih sudjelujemo u podršci određenog eno-gastro događaja i vršimo promociju i predstavljamo Klaster Slavonija.

Utrošeno sredstava: **65.397,87 eura** / 66.000,00eura

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Promotivne aktivnosti sajamskih nastupa i posebnih prezentacija svojim konceptom prate ključne proizvode i njihovo pozicioniranje na tržištu.

Kroz cijelu godinu sudjelujemo s Agroklaster d.o.o, u promociji naše eno-gastro ponude i na taj način predstavljamo,osim kulturno-povijesne baštine, našu županiju.

Isto tako u suradnji s Klaster Slavonija sudjelujemo na brojim sajmovima uz podršku HTZ-a.

Sudjelovali smo u sklopu najvećeg turističkog sajma u Austriji Ferien-Messe Wien na zajedničkom štandu Hrvatske turističke zajednice u razdoblju od 16.-19. siječanja na sajmu f.free Munchen, 19.-23. veljače, u Utrechtu od 14.-15. veljače i 30.siječnja.-2.veljače Alpe-Adria u Ljubljani.



Dani hrvatskog turizma predstavljaju najveći skup turističkih djelatnika u Hrvatskoj. (19.-21.studenog 2025. godine u Dubrovniku. Ispred Vukovarsko-srijemske županije nagradu u kategoriji za izbor domaćina godine (Local Host) nagradu je dobila Kuća za odmor Šokačka Lady.

Utrošena sredstva: 12.339,49 eura/ 13.000,00 eura

3.6. Kreiranje promotivnog materijala

Kroz cijelu godinu turistička zajednica kreira promomaterijal ovisno o turističkom proizvodu i manifestacijama. U sklopu vinskih priča kreirani su otvarači, podmetači, pregače.

Kao održiva destinacija trudimo da sav promomaterijal bude od materijala koji se mogu reciklirati, da su kao takvi održivi iz tog razloga tiskamo što manje brošura, već je osmišljen letak Vikend u Srijemu i Slavoniji koji se tiska na 3 jezika.

Utrošena sredstva: 8.228,25 eura /10.000,00 eura

3.7. Internetske stranice

Ažuriranje web stranice www.srijem-slavonija.eu obavlja se svakodnevno.

Web stranica odredišno je mjesto digitalnih kampanja te je nužno redovito objavljivati sva događanja, ali i dopunjavati informacije.

Cilj nam je unaprijediti održivi razvoj destinacije i promovirati njezinu prepoznatljivost kroz primjenu alata i modela Green Destinations, kako bi svim dionicima približili informacije o svim održivim kriterijima.

TZ VSŽ prisutna je i na web stranici klastera Slavonija www.slavonia.travel koja je jedinstveni način suradnje na promociji turističkog klastera u cijeloj Hrvatskoj.

Društvene mreže Facebook, Instagram redovito se ažuriraju, a potrebna je i značajnija prisutnost i na TikToku i You tube kanalu. U tu svrhu, potrebna nam je značajnija količina video materijala, a s kojim ne raspolažemo.

Utrošena sredstva: 687,50 eura/ 1.500,00 eura

3.8. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Tijekom 2025. godine suradnjom s lokalnim turističkim zajednicama, te ostalim dionicima redovito se i kontinuirano nadopunjava službena stranica turističke zajednice.

Utrošena sredstva: 0,00 eura

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/e visitor

TZ VSŽ sudjeluje u projektu HDT s Hrvatskom turističkom zajednicom. Putem sustava eVisitor redovito se prati turistički promet u županiji kao i dinamika uplata turističke pristojbe. Djelatnice Turističke zajednice sudjelovale su u obrazovnom programu Upravljanje turističkom destinacijom koji je izrađen u svrhu osposobljavanja djelatnika turističkih zajednica za izradu Planova upravljanja destinacijom koji kao planski dokument predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma s ciljem razvoja održive destinacije. Temelji se na aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planu upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima. Program obrazovanja Upravljanje turističkom destinacijom provodio se uživo, u trajanju od 30 sati, a održavao se u Slavonskom Brodu. Nakon pohađanja programa i izvršenih svih obveza propisanim programom polaznici su dobili potvrdu o uspješnom završenom Programu neformalnog obrazovanja – Upravljanje turističkom destinacijom.

Utrošeno: 0,00 eura

4.2. Stručni skupovi i edukacije

Sudjelovali smo na Konferenciji „Održivi kontinentalni turizam-od strategije do prakse“ koja se održala 30. listopada 2025. godine u Toplicama Sveti Martin.

Utrošena sredstva: 3.478,59 eura/ 4.000,00 eura

4.3. Koordinacija i nadzor

U 2025. godini održano je ukupno dvije koordinacije TZŽ s TZL. Važno je za istaknuti da su se svi ključni projekti TZ VSŽ uvijek unaprijed komunicirali sa sustavom LTZ te

da su LTZ u realizaciju svakog projekta bile intenzivno uključene. Koordinaciju sustava TZ-a svih razina smatramo ključnom za razvoj i promociju destinacije.

TZ VSŽ u sklopu Klastera Slavonija sudjelovala je na dvije koordinacije te smo odlučivali o zajedničkim projektima, promociji i oglašavanju pet slavonskih županija.

Utrošena sredstva: 370,00 eura/ 400,00 eura

4.4. Upravljanje kvalitetom i nagrađivanje u destinaciji

Na poslovno – turističkoj burzi „PUT“, koja se održala u Toplicama Sveti Martin nagradu u kategoriji ugostiteljsko smještajni objekti dobitnik nagradu Simply the Best su Kuzmanovi dvori.

Ostvarene su i prestižne nagrade na festivalu TEF Krk, Vedran Čuljak 2.nagrada publike i 2. nagrada festivala.

Destinacija Srijem i Slavonija dobitnica je srebrnog svjetskog certifikata održivosti Green Destinations.

Utrošeno: 1.299,20 eura/ 1.300,00 eura

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Od 2025. godine ponovno smo članovi udruženja UHPA, članarina će dospjeti na plaćanje u 2026. godine.

Utrošena sredstva: 00,00 eura

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U Turističkoj zajednici Vukovarsko-srijemske županije zaposlene su tri osobe: direktorica, stručnu suradnicu i stručna suradnica za marketing i promociju. Svi djelatnici zaposleni su na neodređeno vrijeme. Turistička zajednica i stručna služba radile su na adresi Glagoljaška ulica 27 u Vinkovcima u dvije prostorije, sobama 48. i 49., a od 1. lipnja na novoj adresi Županijske 11 u Vukovaru. TZ VSŽ za režijske troškove plaća mjesečne fakture Vukovarsko – srijemskoj županiji, sukladno ugovoru. Skladišni prostor je adekvatno riješen na istoj adresi u Vinkovcima u dvorištu zgrade te je sav inventar i materijali pravovaljano zbrinut.

Knjigovodstvene poslove obavlja Obrt „Saldo“.

Članovi tijela Turističke zajednice ne primaju naknadu za svoj rad. U 2025. godini održano je dvije sjednice Turističkog vijeća i tri sjednice Skupštine.

Stručna služba zadužena je za realizaciju Programa rada. Stručna služba pravovremeno odgovara i na sve zadatke i upite koji nastaju tijekom godine. Obavljanje poslova Zajednice prati Turističko vijeće na svojim redovitim sjednicama putem pismenog i usmenog izvješća direktorice. Izvješće se podnosi za sve obavljene poslove iz Programa rada. Fond sati rada Turističkog ureda određen je Statutom TZ VSŽ i Ugovorom o radu. Redovito se vodi evidencija radnih sati. Turistički ured vodi brigu o poštivanju Pravilnika o zaštiti i čuvanju arhivskog gradiva.

- plaće

- materijalni troškovi

Utrošena sredstva: 123.045,17 eura/ 122.250,00 eura

7. FONDOVI

U 2025. godini ostvarena uplata od Fonda za nedovoljno razvijena područja i kontinentu u iznosu od 235.330,00 eura, koja su isplaćena lokalnim turističkim zajednicama.

Utrošena sredstva: 235.330,006 eura/ 242.320,00 eura

Rashodi: 444.107,42 eura

Fondovi: 235.330,00 eura

Izvješće Financijskog plana TZ VSŽ za 2025.godinu

| | | PRIHODI | Plan 2025. | Rebalans | Izvršenje 2025. | % izvršenja | % učešće |
|----|------|--|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|---------------|
| 1. | | Izvorni prihodi | 79.000,00 | 106.450,00 | 97.076,00 | 91,19 | 19,84 |
| | 1.1. | Turistička pristojba | 24.000,00 | 49.450,00 | 38.034,30 | 76,91 | 7,77 |
| | 1.2. | Članarina | 55.000,00 | 57.000,00 | 59.041,70 | 103,58 | 12,07 |
| 2. | | Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna | 73.000,00 | 55.700,00 | 55.500,00 | 99,64 | 11,34 |
| | 2.1. | Za funkcioniranje zajednice | 73.000,00 | 55.700,00 | 55.500,00 | 99,64 | 11,34 |
| | 2.2. | za izradu dokumenta | | | | | 0,00 |
| 3. | | Prihodi od sustava turističkih zajednica | 200.000,00 | 210.000,00 | 210.000,00 | 100,00 | 42,93 |
| | | Prihodi HTZ - dug 2024. | | | 30.000,00 | 0,00 | 6,13 |
| 4. | | Prihodi za udružene TZ (klaster) | 90.000,00 | 50.000,00 | 50.000,00 | 100,00 | 10,22 |
| 6. | | Preneseni prihod iz prethodne godine | 20.000,00 | 31.600,00 | 31.573,59 | 99,92 | 6,45 |
| 7. | | Prihodi od refundacija TZ | | 14.700,00 | 13.943,73 | 94,86 | 2,85 |
| 8. | | Ostali prihodi | 0,00 | 1.200,00 | 1.131,85 | 94,32 | 0,23 |
| | | SVEUKUPNO | 462.000,00 | 469.650,00 | 489.225,17 | 104,17 | 100,00 |

| | | AKTIVNOSTI | Plan 2025. | Rebalans | Izvršenje 2025. | % izvršenja | % učešće |
|----|--------|---|------------|------------|-----------------|-------------|----------|
| 1. | | ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE | 33.000,00 | 30.700,00 | 30.692,00 | 99,97 | 6,91 |
| | 1.1. | Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata | 30.000,00 | 30.700,00 | 30.692,00 | 99,97 | 6,91 |
| | 1.2. | Istraživanje i analiza tržišta | 3.000,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| 2. | | RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA | 129.000,00 | 139.000,00 | 122.946,20 | 88,45 | 27,67 |
| | 2.1. | Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda | 1.000,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| | 2.2. | Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda | 7.000,00 | 15.000,00 | 12.896,25 | 85,98 | 2,90 |
| | 2.2.1. | eno i gastro ponuda | 70.000,00 | 65.000,00 | 62.382,17 | 95,97 | 14,04 |
| | 2.2.2. | Pick up Srijema i Slavonije | 20.000,00 | 20.000,00 | 13.262,06 | 66,31 | 2,99 |
| | 2.3. | Podrška turističkoj industriji | 1.000,00 | 1.000,00 | 818,75 | 81,88 | 0,18 |
| | 2.4. | Podrška razvoju turističkih događanja | 30.000,00 | 38.000,00 | 33.586,97 | 88,39 | 7,56 |

| | | | | | | | |
|--------------------|------|--|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|---------------|
| 3. | | KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE | 200.000,00 | 172.000,00 | 162.422,43 | 94,43 | 36,56 |
| | 3.1. | Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture | 5.000,00 | 6.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | 3.2. | Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda | 154.000,00 | 70.000,00 | 70.402,92 | 100,58 | 15,85 |
| | 3.3. | Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR | 8.000,00 | 1.500,00 | 1.500,00 | 100,00 | 0,34 |
| | 3.4. | Marketinške i poslovne suradnje (Koordinacija klaster) | 4.000,00 | 66.000,00 | 65.397,87 | 99,09 | 14,72 |
| | 3.5. | Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice | 10.000,00 | 13.000,00 | 12.339,49 | 94,92 | 2,78 |
| | 3.6. | Suradnja s organizatorima putovanja | 3.000,00 | 3.500,00 | 3.220,10 | 92,00 | 0,72 |
| | 3.7. | Kreiranje promotivnog materijala | 10.000,00 | 10.000,00 | 8.228,28 | 82,28 | 1,85 |
| | 3.8. | Internetske stranice | 4.000,00 | 1.500,00 | 687,50 | 45,83 | 0,15 |
| | 3.9. | Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka | 2.000,00 | 500,00 | 500,00 | 100,00 | 0,11 |
| 4. | | DESTINACIJSKI MENADŽMENT | 24.000,00 | 5.700,00 | 5.147,89 | 90,31 | 1,16 |
| | 4.1. | Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor | 7.000,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| | 4.2. | Stručni skupovi i edukacije | 8.000,00 | 4.000,00 | 3.478,59 | 86,96 | 0,78 |
| | 4.3. | Koordinacija i nadzor | 2.000,00 | 400,00 | 370,10 | 92,53 | 0,08 |
| | 4.4. | Upravljanje kvalitetom, nagrađivanje u destinaciji | 5.000,00 | 1.300,00 | 1.299,20 | 99,94 | 0,29 |
| | 4.5. | Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša | 2.000,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| 5. | | ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA | 1.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | 5.1. | Međunarodne strukovne i sl. organizacije | 500,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| | 5.2. | Domaće strukovne i sl. organizacije | 500,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| 6. | | ADMINISTRATIVNI POSLOVI | 73.000,00 | 122.250,00 | 123.045,17 | 100,65 | 27,70 |
| | 6.1. | Plaće | 62.000,00 | 95.000,00 | 93.937,65 | 98,88 | 21,15 |
| | 6.2. | Materijalni troškovi | 5.000,00 | 27.250,00 | 29.107,52 | 106,82 | 6,55 |
| | 6.3. | Tijela turističke zajednice | 6.000,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| 7. | | REZERVA | 2.000,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| 8. | | POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| SVEUKUPNO 1 | | | 462.000,00 | 469.650,00 | 444.107,42 | 94,56 | 100,00 |

| | | | | | | | |
|--------------|--|--|------------|------------|------------|--|-------|
| | | | | | | | |
| 9. | | FONDOVI - posebne namjene | | | | | |
| | | Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu | | 242.320,00 | 235.330,00 | | 97,12 |
| | | Fond za projekte udruženih turističkih zajednica | | | | | |
| | | SVEUKUPNO 2 | 0,00 | 242.320,00 | 235.330,00 | | |
| | | | | | | | |
| TOTAL | | SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2 | 462.000,00 | 711.970,00 | 679.437,42 | | 95,43 |