



CVJETNJAK HRVATSKE – HORTUS CROATIAE

TURISTIČKA ZAJEDNICA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

PROGRAM RADA
S FINANCIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE
ZA 2015. GODINU

Čakovec, prosinac, 2014.g.

I. UVOD

U izradi prijedloga Programa rada za 2015. godinu polazi se od:

1. ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2014. g.
2. stanja na emitivnim tržištima u 2014.g. i procjeni stanja u 2015. g.
3. stanja, strukture i ocjene raspoloživih smještajnih kapaciteta
4. procjene fizičkog obujma prometa u 2014. godini i prognoze za 2015. g.
5. smjernica Operativnog marketing plana turizma Hrvatske za 2015. g. i Strategije ruralnog razvoja Međimurske županije

Programa rada TZMŽ za 2015.g. sadrži:

- II. Analizu stanja i procjenu tržišnih kretanja
- III. Marketing plan TZMŽ za 2015.g.
- IV. Terminski plan
- V. Financijski plan TZMŽ za 2015.g.
- VI. Završne odredbe

II. ANALIZA STANJA I PROCJENA TRŽIŠNIH KRETANJA

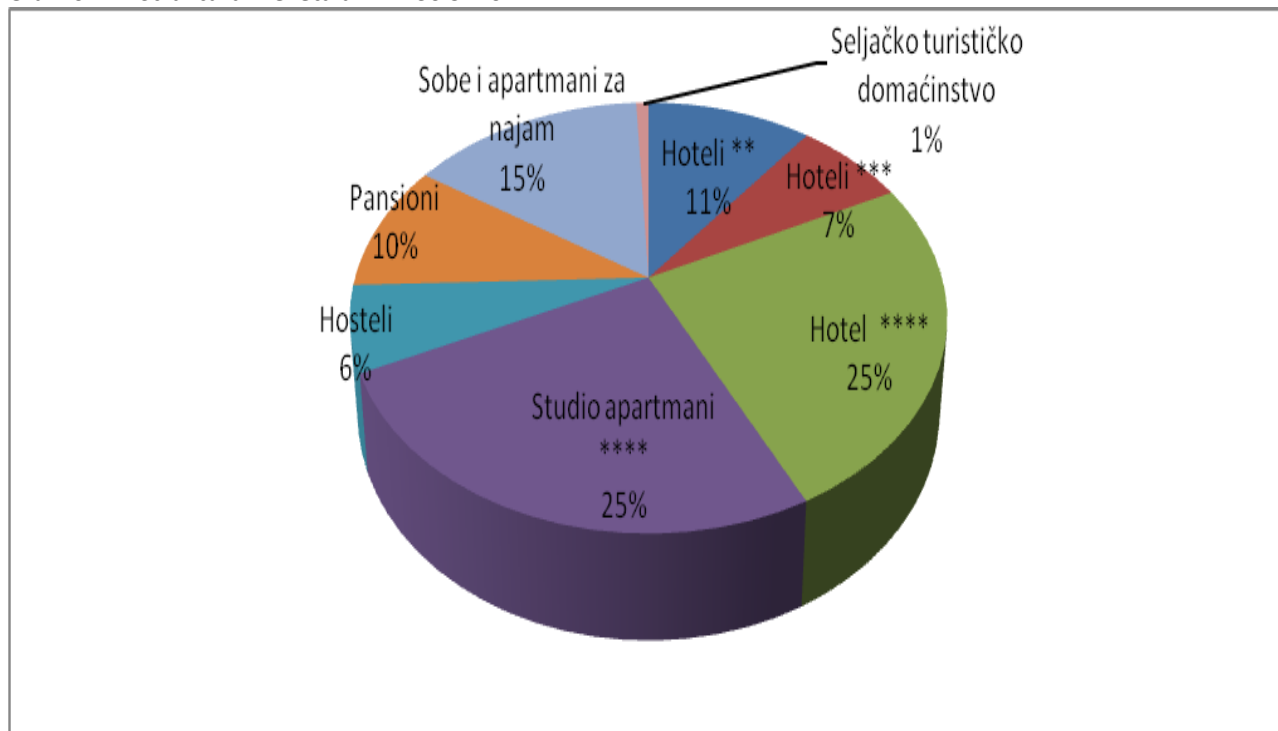
1. Aktivnosti i ostvareni rezultati TZMŽ u 2014. g.

Fokus aktivnosti TZMŽ u 2014. godini bio je na dizajnu vrijednosti ponude i to kroz program Međimurje bike te kroz program Bajkoviti okusi Međimurja. U dijelu razvoja cikloturizma obnovljena je putokazna signalizacija i održavana ruta Mura Drava bike, a završena i je realizacija IPA projekta Cycle in a network. U enogastronomskom segmentu značajni napori uloženi su u realizaciju gourmet prezentacija te potporu manifestacijama. U segmentu komunikacije vrijednosti ponude značajna sredstva uložena su u online i offline komunikacije u suradnji sa turističkim gospodarskim subjektima i to pogotovo na domaćem tržištu. Realiziran je i velik broj nastupa na turističkim sajmovima te posebnim prezentacijama u inozemstvu i Hrvatskoj. U suradnji sa REDA-om realizirana je izrada Strateškog marketing plana za MŽ.

2. Stanje, struktura i ocjena smještajnih kapaciteta

U 2014. godini broj smještajnih kapaciteta bio je na razini 2013. godine. Ocjenjujemo da je ukupni raspoloživi broj kreveta (**1464**) te njihova kvaliteta trenutno zadovoljavajuća. Najznačajniji i najkvalitetniji smještajni objekti su u sastavu Spa&golf resorta Sveti Martin. I dalje ostaje potreba za kvalitetnijim gradskim hotelom ili hostelom u gradu Čakovcu, autokampom ili kamp odmorištem u Murskom Središću, kod Graničnog prijelaza Goričan i kod Preloga. Potrebno je poticati i otvaranje malih „obiteljskih“ kampova do 10 mjesta. Također i dalje je evidentan nedostatak kvalitetnih smještajnih jedinica u kategoriji seljačkih turističkih domaćinstava i to takvih koji su svojim interijerom i ostalom ponudom prilagođeni potražnji.

Grafikon 1: **Struktura kreveta u MŽ 30.9. 2014.**



Izvor i obrada: TZMŽ

3. Stanje, struktura i ocjena portfelja turističkih proizvoda MŽ

U portfelju turističkih proizvoda u Međimurskoj županiji etablirali su se slijedeći turistički proizvodi:

- **Zdravstveni turizam (wellness)** – Osnovica ovog proizvoda u Međimurju je Spa&sport resort Sveti Martin koji ostvaruje preko 60% od ukupnih noćenja u Međimurskoj županiji. U ponudi se djelomično mogu uvrstiti i kupališni kapaciteti Gradskih bazena Čakovec i Duhovni park u Frkanovcu. Procjenjujemo da su kapaciteti i ponuda Toplica kvalitetom usluge i cijenom konkurentni na domaćem i ino tržištu. Procjenjujemo da bi u Toplicama investicija u zabavne vodene sadržaje donio dodatni rast broja gostiju. S aspekta životnog ciklusa proizvod je u fazi rasta.
- **Konferencije i sastanci (MICE)** - Spa&sport resort Sveti Martin je i u ovom proizvodu sa svojim kapacitetima osnovni nositelj (do 500 osoba). Pet smještajnih objekata (Hotel Park Čakovec, Hotel Golf D. Vidovec, Hostel Cimper M. Središće, Hotel Kralj D. Kraljevec, Hotel Panorama Prelog) također mogu ponuditi infrastrukturu za manje (30-50 sudionika) višednevne skupove, a desetak ugostiteljskih objekata mogu ponuditi uvjete za manje jednodnevne skupove. Proizvod je konkurentan na domaćem tržištu s obzirom na postojeću infrastrukturu, kvalitetu usluge i cijenu. S aspekta životnog ciklusa proizvod je u fazi rasta.
- **Vino i gourmet** - baza za proizvod su visoko kvalitetna međimurska vina, 30-ak vinotočja na Međimurskoj vinskoj cesti, nacionalno etablirane manifestacije (Vincekovo, Urbanovo, Martinje), a Međimurska vinska cesta je prepoznatljiv brend na hrvatskom turističkom tržištu. Procjenjujemo da je proizvod vina konkurentan na domaćem i ino tržištu te da je potrebno dodatno raditi na promociji i organizaciji pojedinih elemenata proizvoda te njegova jačeg povezivanja s gastro komponentom. S aspekta životnog ciklusa proizvod je u fazi rasta.
 - U segmentu gastronomije baza su sve etabliranije prehrambene namirnice i tipična jela međimurskih proizvođača (bučino ulje, međimurska gibanica, meso s tiblice), 20-ak ugostiteljskih objekata od kojih jedan ulazi u nacionalni vrh (Mala hiža), 3 do 4 restorana su regionalno pozicionirani, a ostali svojom gastronomskom ponudom pretendiraju izdići se izvan lokalne razine. Ovaj segment ima značajan razvojni potencijal, potrebno je i dalje raditi na edukaciji ponuditelja i promociji proizvoda. S aspekta životnog ciklusa proizvod je bio u fazi uvođenja na tržište.
- **Posebni interesi**
 - a) **Sport i rekreacija** - otvaranjem sportsko-rekreacijskog centra DG Sport iz Preloga značajno je ojačana postojeća osnovica za ovaj proizvod koju čine kapaciteti Sport&spa resorta Sv. Martin, SGC Aton Nedelišće, SRC Mladost Čakovec, Speedway stadion Millenimum D. Kraljevec, Karting centar Belica, Accredo centar Zasadbreg. Procjenjujemo da je ovaj proizvod ima kvalitetnu osnovicu i solidan tržišni potencijal. Potrebno je objediniti ponuđače u integralni proizvod i zajedničke promotivne aktivnosti. S aspekta životnog ciklusa proizvod je u fazi uvođenja na tržište.
 - b) **Cikloturizam** – osnovica za ovaj proizvod je međunarodna biciklistička ruta Mura-Drava.bike. Biciklizam je svjetski mega trend, a biciklistički turizam u Europi bilježi rast po stopama iznad 20% godišnje. U daljnjem razvoju proizvoda treba raditi na uspostavljanju

osnovne infrastrukture na lokalnom nivou (kružne staze), educirati ponuditelje usluga te promotivnim aktivnosti na domaćem i ino tržištu. I dalje treba intenzivno treba raditi i na uspostavljanju standarda kvalitete i uključivanje u europske brendove (npr. ADFC). Proizvod je u fazi uvođenja na tržište.

4. Stanja na emitivnim tržištima 2014. i procjena stanja u 2015. g.

Iako se makroekonomski pokazatelji u Hrvatskoj nisu oporavili u odnosu na 2014.g. na nacionalnoj razini zabilježen je rast broja noćenja domaćih gostiju. Takav trend se u prvih devet mjeseci 2014. nažalost nije odrazi se i na kontinentalne destinacije u čijoj su strukturi domaći gosti činili 46%. Glavni turistički emitivni centri za Međimurje na domaćem tržištu bili su Zagreb, Kvarner i Istra te ostala veća urbana središta. Konkurentsko okruženje na domaćem tržištu sve je zahtjevnije pogotovo u elementu cijena koje se različitim akcijama kolektivne prodaje ili kroz druge oblike prodaje obaraju i ispod donje granice rentabilnosti. S obzirom na težnju Međimurja da se na tržištu pozicionira kao destinacija kvalitete, trend obaranja cijena međimurske gospodarske subjekte dodatno je stavio u nepovoljni položaj. Nadalje, kao značajni element u borbi za domaćeg gosta vrlo ozbiljno treba uzeti u obzir sve jača nastojanja obalnih destinacija da produže predsezonu i posezonu te da u razdobljima koja su do sada tradicionalno bila „špice“ za kontinentalne destinacije (travanj-svibanj, listopad-prosinac) ponude proizvode i cijene privlačne domaćem gostu. Značajno su pojačane bile i aktivnosti inozemnih destinacija iz okruženja kojima je zbog ograničenih marketinških budžeta naših turističkih subjekata bilo vrlo teško parirati (npr. promotivna kampanja Termi Čatež, termi u sastavu Sava grupe, austrijskih termi u skijaškim odredištima i dr.). Trendovi turističke potražnje na inozemnim tržištima s kojih je u Međimurje dolazila glavina stranih gostiju (Austrija, Slovenija, Njemačka) bili su pozitivni no treba istaknuti da su i marketinške aktivnosti na tim tržištima domaćih turističkih subjekata također znatno intenzivirana s ciljem da se što veći broj gostiju zadrži u okviru tih inače emitivnih zemalja. Konkurentsko okruženje s obzirom na strukturu proizvoda izuzetno je razvijeno i jako (u krugu od 150 km oko Međimurja nalazi se preko 30 toplica/termi u Sloveniji, Austriji, Mađarskoj). S obzirom na broj smještajnih kapaciteta, broj atrakcija, razvijenost turističke infrastrukture, popratnih sadržaja te visinu sredstava za marketinške aktivnosti Međimurje se ne može uspoređivati sa susjednim inozemnim regijama (Štajerska, Prekmurje u SLO, Štajerska u A, Zala u HU). S obzirom na odnos cijene i kvalitete procjenjujemo da je Međimurje kao destinacija konkurentno u odnosu na austrijske i slovenske konkurente, a skuplje u odnosu na mađarske.

Kako bi se srednjeročno ostvario značajniji porast broja noćenja s domaćeg i s inozemnih tržišta iz okruženja i potrebna su:

- strateška ulaganja razvoj velikih novih proizvoda (npr. tematski park, medicinski turizam...)
- stvaranjem pretpostavki za uspostavu integralnog destinacijskog turističkog proizvoda
- stvaranjem pretpostavki za upravljanje Međimurjem kao integralnom turističkom destinacijom

Rast fizičkog obujma turističkih dolazaka, noćenja i potrošnje u 2014. godini moguće je ostvariti :

- jačanjem online i offline promidžbenih aktivnosti TZMŽ-a i relevantnih turističkih gospodarskih subjekata na domaćem i vanjskim tržištima - Austriju, Sloveniju, Njemačku (Bavarska)
- dodatnih napora na podizanju kvalitete i prepoznatljivosti u turističkim proizvodima iz portfelja pet najznačajnijih proizvoda
- otvaranje kanala prodaje prema potencijalnim novim tržištima koja nisu u ekonomskoj recesiji: Nizozemska, Češka, Poljska

4. Procjena ostvarenja fizičkog obujma turističkog prometa u 2014.g i projekcija za 2015.g.

Međimurje je u razdoblju siječanj – rujan 2014. godine zabilježilo porast ukupnog broja noćenja za 14 % u odnosu na isto razdoblje 2013. godine. Procjenjujemo da će se ova stopa rasta zadržati do kraja 2014.g. S obzirom da je unatrag deset godina prosječni godišnji rast bio 10% realno je za očekivati nešto niže stope rasta u narednom razdoblju. Stoga procjenjujemo da će u 2015. godini trend rasta biti nastavljen te da će se ostvariti **porast broja noćenja do 5%** u odnosu na 2014. godinu.

Tabela 1. Pregled dolazaka i noćenja Kontinentalna Hrvatska , I-IX. 2014

županija	Klaster - Kontinentalna Hrvatska / Vremenski period Siječanj - Rujan 2014										
	2014.				2013.				INDEKS 2014/2013		
	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	%	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	%	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
Ukupno	434.661	504.927	939.588	100%	449.147	595.491	1.044.638	100%	97	85	90
Zagrebačka	3.097	5.940	9.037	1%	6.623	16.737	23.360	2%	47	35	39
Osječko-baranjska	53.907	33.368	87.275	9%	61.833	41.176	103.009	10%	87	81	85
Vukovarsko-srijemska	50.663	19.041	69.704	7%	37.435	24.522	61.957	6%	135	78	113
Virovitičko-podravsko	8.327	4.576	12.903	1%	7.645	4.070	11.715	1%	109	112	110
Požeško-slavonska	15.443	3.531	18.974	2%	16.198	3.866	20.064	2%	95	91	95
Brodsko-posavska	12.828	11.053	23.881	3%	16.816	14.342	31.158	3%	76	77	77
Međimurska	43.418	34.789	78.207	8%	46.415	22.122	68.537	7%	94	157	114
Varaždinska	48.471	32.775	81.246	9%	47.679	32.754	80.433	8%	102	100	101
Bjelovarsko-bilogorska	20.514	7.435	27.949	3%	17.600	6.470	24.070	2%	117	115	116
Sisačko-moslavačka	64.690	18.254	82.944	9%	37.462	21.290	58.752	6%	173	86	141
Karlovačka	17.985	272.559	290.544	31%	21.381	266.535	287.916	28%	84	102	101
Koprivničko-križevačka	14.044	8.236	22.280	2%	14.392	6.645	21.037	2%	98	124	106
Krapinsko-zagorska	81.274	53.370	134.644	14%	74.695	46.143	120.838	12%	109	116	111
	0	0	0	0%	42.973	88.819	131.792	13%	-	-	-

III. MARKETING PLAN

1. Ciljevi marketinške politike u 2015. godini.

Temeljem:

- Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 158/2008.)
- Strategije razvoja turizma Hrvatske do 2020.g.
- Strategije ruralnog razvoja Međimurske županije (MŽ 2009.g.)
- Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma za razdoblje od 2010-2014. (HTZ 2009.g.)

ciljevi marketinške politike Turističke zajednice Međimurske županije u 2015. godini su:

Strateški cilj: Povećati zaradu od turizma i time doprinijeti općem prosperitetu žitelja i održivom razvoju Međimurske županije.

Operativni ciljevi:

- **poticati sinergiju javnog i privatnog sektora koja će omogućiti povećanje fizičkog obujma turističkog prometa do 5% u odnosu na 2014.g.**
- **produženje dužine boravka gostiju u Međimurju za 10% u odnosu na 2014.g.**
- **porast prepoznatljivosti Međimurja kao turističke destinacije utemeljene na iskustvima visoke osobne vrijednosti na domaćem i stranom tržištu**
- **poticati daljnji razvoj turističkih proizvoda s naglaskom na aktivni turizam i enogastronomiju**
- **poticati razvoj kvalitetnih smještajnih kapaciteta i ponude turističkih usluga u seljačkom turizmu i malim kampovima.**

2. Ostvarivanje prihoda u 2015.g.

Kao polazište za planiranje prihoda koristili su se: pokazatelji o realizaciji izvornih prihoda u prvih devet mjeseci 2014.g., procjene o realizaciji izvornih prihoda za 2014.g., procjena realizacije potpora od strane HTZ-a, Ministarstva turizma, Međimurske županije te fondova EU. U 2015. godini u novčanom tijeku realizirati će se prihodi s osnova potpora od EU projekta Cycling in a network, a u lipnju dospijeva povrat kredita Erste&S banke u visini 750.000,00 kn.

3. Ostvarivanje marketinških aktivnosti u 2015.g.

3.1. RAD TURISTIČKOG UREDA I TIJELA TZMŽ

Rad ureda TZMŽ

Ured TZMŽ djeluje u uredskom prostoru u sklopu Međimurske županije na adresi R. Boškovića 2 Čakovec. U uredu su zaposleni: Rudi Grula - voditelj ureda, Iva Vurušić - stručna suradnica.

Ured će izvršavati:

- organizacijske i logističke poslove neposredno vezane uz realizaciju programa rada
- poslove pripreme materijala i vođenje zapisnika za sjednice Turističkog vijeća, sjednice Skupštine i sjednice Nadzornog odbora
- poslove informiranja poslovnih subjekata, građana i drugih subjekata o turističkoj ponudi i drugim informacijama vezanim uz rad TZMŽ-a
- izradu programa rada, financijskog plana i drugih planskih dokumenata
- pribavljanje, izdavanje i kontrolu financijske dokumentacije te njezinu pripremu za knjigovodstveni biro radi knjiženja

- **Indikatori uspjeha:** ocjena uspješnosti rada od strane tijela upravljanja TZMŽ
- **Planirani budžet:** 312.000,00 kn

Rad tijela TZMŽ

Tijekom 2015. godine održati će se:

- najmanje četiri sjednica Turističkog vijeća (veljača, listopad, studeni, prosinac),
- najmanje dvije sjednice Skupštine TZMŽ (ožujak, prosinac)
- najmanje dvije sjednice Nadzornog odbora TZMŽ (veljača, srpanj)

Dnevni redovi tijela biti će u skladu sa zakonskim i statutarnim obvezama te potrebama provođenja Programa rada.

- **Indikatori uspjeha:** broj održanih sjednica
- **Planirani budžet:** 10.000,00 kn

3.2. DIZAJN VRIJEDNOSTI PONUDE

Upravljanje destinacijom i potpora DMK

- **Ciljevi su:**
 - uspostava integralnog turističkog proizvoda Međimurja kao jedinstvene destinacije
 - usmjeravanje planiranja i razvoja u turističkom zajednicama općina i gradova
 - poticanje kvalitete ponude i praćenje zadovoljstva gostiju
- **Aktivnosti:**
 - uspostavljanje i usmjeravanje rada „Klubova kvalitete“ po pojedinim vrstama turističkih ponuditelja: hotelijeri, iznajmljivači, ugostitelji, sportsko-rekreativni objekti, turistički vodiči i animatori, organizatori evenata, kulturne i obrazovne institucije

- potpora u kreiranju turističkih paketa DMC-u „Etno art travel“
- edukacija ponuditelja turističkih usluga
- **Indikatori uspjeha:** broj održanih koordinacija, broj sudionika na edukaciji, broj DMC turističkih paketa za tržište
- **Planirani budžet: 30.000 ,00 kn**

Program „Međimurje bike“

- **Ciljevi programa su:**
 - pozicioniranje Međimurja kao jedne od vodećih cikloturističke destinacije u Hrvatskoj te bližoj regiji
 - diferencijacija cikloturističkog proizvoda Međimurja u odnosu na ponudu u široj regiji kao „E-bike i Tracking bike“ regije
 - rast dolazaka i noćenja cikloturista u Međimurju za 10% u odnosu na 2014.g.
- **Projekti:**
 1. **Održavanje javne biciklističke infrastrukture**
 - održavanje i dopuna putokaznih oznaka na bike rutama i stazama,
 - održavanje postojećih biciklističkih odmorišta i postavljanje 3 nova odmorišta
 - sufinanciranje održavanja offroad dionica
 2. **„E - Cyclists Welcome“ - EU projekt**
 - jačanje i širenje labella i standarda kvalitete ECW u Međimurju, Hrvatskoj te široj regiji (SI, HU, A, I)
 - sufinanciranje infrastrukture za e-bike točke
 3. **Sufinanciranje bike evenata** – izrada kriterija, provedba javnog poziva, transfer potpora za izabrane bike događaje koji promoviraju Međimurje kao cikloturističku destinaciju
- **Indikatori uspješnosti:** količina održavanih staza, količina novopostavljenih odmorišta, količina uspostavljenih e-bike točaka, postotak rasta broja gostiju
- **Planirani budžet: 410.000,00 kn**

Program „Bajkoviti okusi Međimurja“ - EU projekt

- **Ciljevi programa su:**
 - pozicioniranje Međimurja kao enogastronske destinacije na domaćem i ino tržištu
 - diferencijacija enogastro proizvoda destinacije u odnosu na ponudu u regiji
 - rast dolazaka „enogastro“ turista u Međimurju za 10% u odnosu na 2014.g
- **Projekti:**
 1. **„Međimurski tanjur“**– daljnje jačanje i širenje labella MT u suradnji sa partnerima iz Hrvatske i regije (SI, HU, I, A), ocjenjivanje ugostiteljskih objekata u MŽ i dodjela oznake kvalitete, uspostavljanje „Kluba kvalitete“
 2. **Izrada gourmet smartphon aplikacije** – dizajn besplatne aplikacije sa enogastro ponudom MŽ
 3. **Predstavljanja „Bajkoviti okusi Međimurja“** – organizacija vrhunska gourmet događaja u Hrvatskoj u suradnji sa međimurskim proizvođačima tradicijskih namirnica, međimurskim vinarima, kuharima i restoranima.

4. **Edukacija gospodarskih subjekata** - kako bi se poboljšala kvaliteta usluga koju pružaju ugostiteljski objekti organizirati će se dvije radionice za čije provođenje će biti angažirani vrhunski hrvatski stručnjaci.
5. **Potpora gourmet eventima** – izrada kriterija, provedba javnog poziva, transfer potpora za izabrane enogastro događaje koji promoviraju Međimurje kao enogastro destinaciju.

- **Indikatori uspješnosti:** broj objekata uključenih u labelling, broj izrađenih aplikacija, broj provedenih predstavljanja, broj sudionika edukacija, broj potpora eventima, postotak rasta broja gostiju
- **Planirani budžet: 358.000,00 kn.**

Program „Volim Međimurje“

- **Ciljevi programa su:**
 - mobilizacija svih subjekata na očuvanju turističkog prostora,
 - unapređivanje turističkog okružja i zaštita okoliša,
 - podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice u destinaciji.
- **Projekti :**
 1. **EDEN** - uključivanje u djelovanje nacionalne i europske EDEN mreže i Glavnim uredom HTZ-a te kandidiranje destinacije za EDEN gastro odredište
 2. **Zeleni cvijet Međimurja** - U suradnji sa sustavom TZ-a i JLS-ima provesti ocjenjivanje uređenosti okućnica, ugostiteljskih objekata i OPG-a
 3. **Čovjek ključ uspjeha** - provoditi će se u skladu sa kriterijima HTZ-a. Izabrani djelatnici kandidirati će se Glavnom uredu HTZ-a koji proglašava dobitnike na nacionalnom nivou.
 4. **Svjetski dan turizma** - u suradnji sa sustavom TZ-a i gospodarskim subjektima obilježiti će 27.09. sa prigodnim programom
- **Indikatori uspješnosti:** broj provedenih projekata, broj uključenih sudionika, postignuti rezultati na nacionalnom nivou
- **Planirani budžet: 30.000,00 kn**

Program „Međimurje u pokretu“

- **Ciljevi programa su:**
 - ojačati suradnju ponuditelja sportsko-rekreativnih turističkih sadržaja
 - uspostaviti uvjete za uvođenje trackinga kao novog segmenta aktivnog odmora u Međimurju
 - diverzifikacija turističkog proizvoda Međimurja
 - podizanje kvalitete aktivnog turizma u MŽ
- **Aktivnosti**
 - izrada Programa razvoja za aktivni turizam
 - rutiranje šetačkih /tacking staza i dizajn vizualnog identiteta
 - uspostavljanje javne turističke infrastrukture za šetačke staze (tracking) u MŽ
 - izrada smartphone aplikacije za tracking aktivnosti

- umrežavanje ponuđača objekata i usluga aktivnog (sportskog/rekreativnog) turizma u „Klub kvalitete aktivnog turizma“

- **Indikatori uspješnosti:** broj izrađenih programa, broj uključenih ponuđača, količina uređenih tracking staza, broj izrađenih aplikacija,
- **Planirani budžet:** 150.000,00 kn.

Program VisitMeđimurje Loyalty

- **Ciljevi** programa su:
 - poticati umrežavanje i suradnju ponuditelja turističkih usluga u MŽ
 - porast dužine boravka gostiju u MŽ za 10% u odnosu na 2014.g.
 - porast potrošnje gostiju u MŽ za 5% u odnosu na 2014.g.
- **Aktivnosti:**
 - organizacija loyalty mreže turističkih ponuđača u MŽ
 - dizajniranje i izrada besplatne smartphon aplikacije za loyalty sustav
- **Indikatori uspješnosti:** broj uključenih ponuđača, broj izrađenih sp aplikacija, postotak rasta dužine boravka gostiju
- **Planirani budžet:** 200.000,00 kn.

3.2. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI PONUDE

ONLINE KOMUNIKACIJE

Internet oglašavanje

Udružuju se sredstva sa Glavnim uredom HTZ prema pravilim Modela V (80% HTZ, 20% TZMŽ i sustav TZ-a). Osnovni kanali oglašavanja bit će društvene mreže (Facebook, Twitter) i ciljani web portali. Oglašavanje će se fokusirati na domaće tržište te tržišta: Austrije, Slovenije, Njemačka-Bavarske. Medija plan će se usuglasiti sa sustavom TZ-a i gospodarskim subjektima. Za izvođenje internet kampanje angažirati će se PR agencija.

- **Indikatori uspješnosti:** broj objava
- **Planirani budžet:** 300.000,00 kn

Upravljanje destinacijskim informacijskim sustavom (DIS)

Destinacijski Informacijski Sustav turizma Međimurske županije (DIS) sa pripadajućom web stranicom www.visitmedjimurje.com je jedan od osnovnih alata za provođenje destinacijskog menadžmenta. U 2015. godini provodit će se sljedeće aktivnosti:

1. umrežavanje postojećih aplikacija (smartpohon AdriaGuide i tematskih mikro web stranice (www.tzm.hr, www.okusi.com.hr, www.mura-drava-bike.com) te facebook profila) sa DIS-om
2. umrežavanje DIS sa web stranicama svih turističkih zajednica općina i gradova

3. ažuriranje i širenje baze podataka
 4. izdavanje mjesečnog newslettera
 5. stvaranje preduvjeta za uspostavu centralnog detinacijskog rezervacijskog sustava
- **Indikatori uspješnosti:** broj otvaranja web portala i sp aplikacija, broj pregleda newslettera
 - **Planirani budžet: 100.000,00 kn**

OFFLINE KOMUNIKACIJE

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

U skladu sa Model V za oglašavanje HTZ-a (80% HTZ + 20% TZMŽ) provoditi će se promotivne kampanje prema detaljnom medija planu kojeg će usvojiti Vijeće TZMŽ. Fokus oglasnih kampanja biti će na domaćem tržištu te ino tržištima Austrije i Slovenije. Struktura off line kampanje je: tiskani mediji 20%, tv oglašavanje 20%, radio 40%, plakatiranje 20%. Za provedbu promotivne kampanje angažirati će se PR agencija.

- **Indikatori uspješnosti:** broj objava,
- **Planirani budžet: 260.000,00 kn**

Tiskani i multimedijalni promo materijali

Za potrebe distribucije u: TIC-evima, na sajmovima i prezentacijama, potrebe gospodarskih i drugih subjekata izvršiti će se nabava:

1. opća turistička karta Međimurja 10.000 kom (mutacije : HR, E, D, SI)
 2. biciklistička karta Međimurja 1.000 kom (mutacije HR, E, D)
 3. brošura Bajkoviti okusi Međimurja 2.000 kom (mutacije (HR/D, E/F)
 4. image brošura 2. 000 kom HR/EN mutacije
 5. naljepnice sa QR kodovima web stranica visitmedjimurje.com 5.000 kom
 6. CD ROM Welcomme in Međimurje i DVD s turističkim filmom 1.000 kom
 7. Ostali promo materijali – prema potrebi
- **Indikatori uspješnosti:** količina nabavljenog promo materijala
 - **Planirani budžet: 200.00,00 kn**

„Smeđa“ turistička signalizacija

U suradnji sa JLS-ima i gospodarskim subjektima prema iskazanom interesu i potrebama upotpunjavati će se turistička „smeđa“ signalizacija za područja koja nisu pokrivena lokanim turističkim zajednicama, također izraditi će se i postaviti nove pozdravne tabele na svim cestovni ulazima u Međimursku županiju.

- **Indikatori uspješnosti:** količina postavljene smeđe signalizacije
- **Planirani budžet: 50.000,00 kn**

3.3. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

3.4.1. Sajmovi

U suradnji sa Klasterom središnje Hrvatske zainteresiranim gospodarskim subjektima, , partnerskim turističkim zajednicama županija te drugim zainteresiranim partneriama organizirati će se nastupi na:

Plan sajmovi u 2015.g.

RB	TRŽIŠTE	TERMIN	PARTNERI
1.	Festival vina i hrane Zagreb	travanj	DMC, Restorateri, vinari, proizvođači tradicionalnih i ekoloških namirnica
2.	Mali Lošinj	lipanj	DMC, Restorateri, vinari, proizvođači tradicionalnih i ekoloških namirnica
3.	Beja Nedjelja Kastav - Info štand	listopad	TZO Štrigova i Hortus Croatiae, KUD Belica
4.	Pula	listopad	DMC, Restorateri, vinari, proizvođači tradicionalnih i ekoloških namirnica
	Ostalo	Prema interesu gosp. subjekata i odluci TV TZMŽ	

- **Indikatori uspješnosti:** broj realiziranih nastupa na sajmovima
- **Planirani budžet:** 75.000,00 kn

Studijska putovanja novinara i agenata

U skladu sa Pravilima za studijska putovanja novinara GU HTZ-a provodit će se prijem i realizacija destinacijskih programa za novinare i putničke agencije.

- **Indikatori uspješnosti:** broj prihvaćenih novinara i agenata
- **Planirani budžet:** 50.000,00 kn

Posebne prezentacije

U skladu s iskazanim interesom gospodarskih subjekata, TZ-a općina i gradova te Klasterom središnje Hrvatske provesti će se suorganizacija sudjelovanja na poslovnim radionicama Sell Croatia u organizaciji GU HTZ-a i drugim promotivnim događajima na domaćem i ino tržištu za koje se iskaže interes toku godine.

Plan posebnih prezentacija u 2014.g.

RB	TRŽIŠTE	TERMIN	Partneri
1.	Maribor	ožujak	Klaster, DMC, Toplice Sv. Martin
2.	Graz	ožujak	Klaster, DMC, Toplice Sv. Martin
3.	Argus bike festival Beč	travanj	DMC, Toplice Sv. Martin
4.	Pečuh	svibanj	DMC, Toplice Sv. Martin, vinari, konzulata RH
5.	Workshop Sell Croatia Prag	listopad	DMC, Smještajni objekti
6.	Varšava	listopad	DMC, Toplice Sv. Martin, vinari, konzulata RH

- **Indikatori uspješnosti:** broj realiziranih predstavljanja
- **Planirani budžet:** 105.000,00kn

3.6. INTERNI MARKETING

Provesti će se edukacija djelatnika Ureda i TZ općina i gradova na temu funkcioniranja DMO te organizirati benchmarking studijsko putovanje.

- **Indikatori uspješnosti:** broj sudionika edukacija
- **Planirani budžet:** 50.000,00kn

3.7. KOORDINACIJA I NADZOR

U skladu sa zakonskim obvezama tijekom godine vršiti će se aktivnosti na koordinaciji rada i nadzoru zakonitosti rada sustava turističkih zajednica općina i gradova. Planiraju se četiri sjednice koordinacije (tromjesečno) na kojima će se raspravljati o: međusobnoj koordinaciji aktivnosti funkcionalnog marketing, izvršavanju ciljeva rada TZO/G, naplati zakonskih prihoda, TZO/G će pismenim putem dostavljati godišnje programe rada, godišnja izvješća o radu i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju. O djelovanju koordinacije vodit će se zapisnici.

- **Indikatori uspješnosti:** broj održanih koordinacija
- **Planirani budžet:** rashodi uključeni u stavci Rad ureda

3.8. OSTALO – IZRADA PLANSKIH DOKUMENATA

Projekt JOINT PLANING CODE IPA HUHR 2007-2013

Projekt je 2012. godine kandidiran na OP IPA HU-HR u partnerstvu sa REDEA-om i mađarskim partnerima Županijom Žala i županijskom razvojnom agencijom.

- **Cilj projekta** je izrada Strateškog menadžment i marketing plana TZMŽ za razdoblje 2015-2020.g.
- **Aktivnosti:**
 1. koordinacija sudionika u procesu izrade dokumenta
 2. organizacija banchmarketing aktivnosti
 3. dizajn i održavanje web stranica projekta
- **Indikatori uspješnosti:** broj strateških dokumenata
- **Planirani budžet:** 30.000,00 kn

Projekt razvoja tematskog parka

Sufinancirati će se izrada predfizibiliti studije za tematski park Goričan radi kandidiranja projekata na strukturne fondove EU.

- **Indikatori uspješnosti:** broj izrađenih dokumenata
- **Planirani budžet:** 20.000,00 kn

Plan rada s financijskim planom TZMŽ za 2015. godinu

[illegible]

V. FINANCIJSKI PLAN 2015.**PRIHODI**

MP	KONTO	OPIS	2014.	2015.	INDE KS	UDIO U STRUKTURI %
1	33120	Turističke članarina	162.000,00	170.000,00	105	6,27
2	33121	Boravišna pristojba	60.000,00	70.000,00	117	2,58
3	3512	Prihod iz proračuna Međimurske županije	800.000,00	850.000,00	106	31,37
4	35121	Prihod iz proračuna Ministarstva turizma	260.000,00	400.000,00	154	14,76
5	3521	Prihod iz EU fondova	1.870.000,00	410.000,00	22	15,13
6	35210	Prihod od Hrvatske turističke zajednice	550.000,00	800.000,00	145	29,52
7		Ostali prihodi	5.000,00	10.000,00	200	0,37
		Sveukupno	3.707.000,00	2.710.000,00	73	100

RASHODI

MT	KONTO	OPIS	2014.	2015.	INDE KS	UDIO U STRUKTURI %
		ADMINISTRATIVNI RASHODI	183.840,00	322.000,00	175	11,88
		Rashodi za zaposlene	133.997,00	266.000,00	199	9,82
	411	Bruto plaće	124.997,00	256.000,00	205	9,45
	4211	Službena putovanja	5.000,00	5.000,00	100	0,18
	4214	Ostali rashodi za zaposlene	4.000,00	5.000,00	125	0,18
		Rashodi za usluge	24.500,00	39.000,00	159	1,44
	4251	Komunikacijske usluge	5.000,00	3.000,00	60	0,11
	42571	Knjigovodstvene usluge	13.500,00	26.000,00	193	0,96
	4252	Usluge tekućeg održavanja opreme	1.000,00	5.000,00	500	0,18
	4259	Ostale usluge (plani promet, taxe, pretplate)	5.000,00	5.000,00	100	0,18
		Rashodi za materijal	5.000,00	7.000,00	140	0,26
	4261	Uredski materijal	1.000,00	4.000,00	400	0,15
	4264	Sitni inventar	3.000,00	2.000,00	67	0,07
	4292	Reprezentacija ureda	1.000,00	1.000,00	100	0,04
		Naknade za rad tijela TZMŽ i volontera	20.343,00	10.000,00	49	0,37
	4231	Naknade članovima u tijelima TZMŽ	16.000,00	5.000,00	31	0,18
	4241	Doprinosi za stažiste	4.343,00	5.000,00	115	0,18
		DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.307.573,00	1.158.000,00	50	42,73
		Upravljanje destinacijom i potpora DMK	20.000,00	20.000,00	100	0,74
	4257	Edukacija	20.000,00	20.000,00	100	0,74
		Program Međimurje bike	345.073,00	410.000,00	119	15,13

Plan rada s financijskim planom TZMŽ za 2015. godinu

41	4252	Tekuće održavanja bike infrastrukture	30.000,00	100.000,00	333	3,69
		Projekt "E-Cyclist Wellcome"	300.000,00	310.000,00	103	11,44
	411	Bruto plaća	0,00	38.000,00	0	1,40
42	4251	Komunikacijske usluge	0,00	2.000,00	0	0,07
	4257	Intelektualne usluge	0,00	100.000,00	0	3,69
	4511	Potpore bike eventima	0,00	20.000,00	0	0,74
	4259	Ostale usluge	15.073,00	150.000,00	995	5,54
5		Projekt IPA HU HR Cycle in a network	1.831.500,00	0,00	0	0,00
		Program Bajkoviti okusi Međimurja	81.000,00	358.000,00	442	13,21
	411	Bruto plaće	0,00	78.000,00	0	2,88
	4211	Transportni troškovi	8.000,00	10.000,00	125	0,37
6	4257	Intelektualne usluge	45.000,00	50.000,00	111	1,85
	4258	Dizajn Smartphon aplikacije BMO	0,00	100.000,00	0	3,69
	4255	Najamnine opreme i prostora	28.000,00	50.000,00	179	1,85
	4292	Potrošni materijali	0,00	50.000,00	0	1,85
	4511	Potpore eno-gastro eventima	0,00	20.000,00	0	0,74
		Program Volim Međimurje	30.000,00	30.000,00	100	1,11
7	4257	Intelektualne usluge	10.000,00	20.000,00	200	0,74
	4259	Ostale usluge	15.000,00	5.000,00	33	0,18
	4292	Ugostiteljske usluge	5.000,00	5.000,00	100	0,18
		Program "Međimurje u pokretu"	0,00	150.000,00	0	5,54
8	4257	Program razvoja i rutiranje šetačkih staza	0,00	40.000,00	0	1,48
	4252	Uređivanje i označavanje pješačkih staza	0,00	100.000,00	0	3,69
	4511	Potpore tracking eventima	0,00	10.000,00	0	0,37
		Projekt VisitMeđimurje Loyalty	0,00	190.000,00	0	7,01
9	4257	Organizacija koncepta	0,00	80.000,00	0	2,95
	4258	Izrada Smartphon aplikacija VML	0,00	110.000,00	0	4,06
		KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	639.000,00	910.000,00	142	33,58
		Online komunikacije	177.000,00	400.000,00	226	14,76
10	4253	Online promotivna kampanja	60.000,00	300.000,00	500	11,07
	4258	Upravljanje Destinacijskim info sustavom	117.000,00	100.000,00	85	3,69
		Offline komunikacije	462.000,00	510.000,00	110	18,82
11	4253	Offline promotivna kampanja	140.000,00	260.000,00	186	9,59
	42951	Nabava promotivnih materijala	172.000,00	200.000,00	116	7,38
	4252	"Smeđa" turist. signalizacija	150.000,00	50.000,00	33	1,85
		DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	96.000,00	230.000,00	240	8,49
		Sajmovi	20.000,00	75.000,00	375	2,77
12	4211	Transportni troškovi	5.000,00	10.000,00	200	0,37

Plan rada s financijskim planom TZMŽ za 2015. godinu

	4259	Uređenje štandova	10.000,00	40.000,00	400	1,48
	4255	Najamine prostora	0,00	15.000,00	0	0,55
	4292	Potrošni materijali	5.000,00	10.000,00	200	0,37
13		Studijska putovanja novinara i agenata	18.000,00	50.000,00	278	1,85
	4257	Vođenje na stranim jezicima	5.000,00	5.000,00	100	0,18
	4257	PR usluge	0,00	15.000,00	0	0,55
	4292	Ugostiteljske i smještaj usluge	13.000,00	30.000,00	231	1,11
14		Posebne prezentacije	58.000,00	105.000,00	181	3,87
	4211	Transportni troškovi	6.000,00	15.000,00	250	0,55
	4257	Intelektualne usluge	0,00	30.000,00	0	1,11
	4292	Potrošni materijali	0,00	30.000,00	0	1,11
	4259	Opremanje prezentacijskih prostora	52.000,00	30.000,00	58	1,11
15		INTERNI MARKETING	44.295,00	40.000,00	90	1,48
	4257	Edukacija za sustav TZ	44.295,00	40.000,00	90	1,48
		IZRADA MARKETINŠKE INFRASTRUKTURE	205.950,00	0,00	0	0,00
		Projekt IPA SI-HR "Stop&taste"	175.950,00	0,00	0	0,00
		Multimedijalni materijali	30.000,00	0,00	0	0,00
		OSTALO	230.342,00	50.000,00	22	1,85
16		Projekt IPA HU-HR "Joint planing code"	170.342,00	30.000,00	18	1,11
	411	Bruto plaća	90.000,00	20.000,00	22	0,74
	4211	Službena putovanja	16.000,00	2.000,00	13	0,07
	2512	Najamnine	9.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Intelektualne usluge	11.625,00	0,00	0	0,00
	4258	Održavanje web stranica	26.250,00	5.000,00	19	0,18
	4292	Ugostiteljske usluge	3.000,00	0,00	0	0,00
	4251	Komunikacijske usluge	8.467,00	2.000,00	24	0,07
	4261	Uredski materijal	6.000,00	1.000,00	17	0,04
17		Projekt razvoja tematskog parka	60.000,00	20.000,00	33	0,74
	4257	Intelektualne usluge	60.000,00	20.000,00	33	0,74
		SVEUKUPNO RASHODI	3.707.000,00	2.710.000,00	73	100,00

VI. ZAKLJUČNE ODREDBE

1. Za izvršenje Financijskog plana za 2015. godinu ovlašćuje se Turističko vijeće TZMŽ. Predsjednik kao osoba za zastupanje može samostalno donositi odluke o plaćanju pojedinačnih računa do 70.000,00 kn.
2. Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da u toku godine može u okviru ukupne svote vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana do visine 5 % od ukupnih planiranih sredstava.
3. U slučaju odstupanja od Financijskog plana većeg od 5% od ukupno planiranih sredstava izvršiti će se Rebalans Financijskog plana najkasnije do 28. prosinca 2015.g.
4. Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije Skupština Turističke zajednice Međimurske županije je na 2. sjednici održanoj 22.12.2014. godine donijela je Program rada s financijskim planom TZMŽ za 2015. godinu.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec

Broj: 250-3/14

u Čakovcu, 22. prosinca 2014.g.

