

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
I FINANCIJSKOG PLANA
TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE
ZA 2020. GODINU**



SADRŽAJ

1. Uvod.....	2
2. Analiza Internog okruženja	3
2.1. Turistička atrakcijska osnova	3
2.2. Turistička suprastruktura	4
2.3. Performanse turističkog sektora	6
3. Analiza tržišta.....	8
3.2. Kvalitativni trendovi od interesa za turizam u Međimurskoj županiji	8
3.3. Obilježja kvalitativnih trendova	8
3.4. Konkurentska pozicija Međimurske županije.....	10
4. Izvršenje marketing plana TZMŽ za 2020.g.....	12
4.1. Ostvarenje ciljeva marketinške politike	12
4.2. Ostvarivanje prihoda	12
4.3. Realizacija marketinških aktivnosti	13
4.3.1. Rad ured i tijela	13
4.3.2. Dizajn vrijednosti ponude	14
4.3.3. Komunikacija vrijednosti	17
4.3.4. Distribucija i prodaja	19
4.3.5. Interni marketing	20
4.3.6. Koordinacija i nadzor	21
4.3.7. Potpore manifestacijama	21
5. Izvršenje financijskog plana TZMŽ za 2020.g.	22
6. Završne odredbe	27

1. Uvod

Skupština turističke zajednice Međimurske županije je temeljem članak 17. Statuta TZMŽ na svojoj 4. sjednici održanoj 13.12.2019. godine usvojila je Program rada s financijskim planom TZMŽ za 2020. godinu, a temeljem članka 54. Statuta na 07. sjednici Skupštine TZMŽ održanoj 30.12.2020. prihvaćen je Rebalans financijskog plana za 2020.g.

Temeljem obveza proizašlih iz Zakona o turističkim zajednicama i promociji Hrvatskog turizma (NN 52/2019) te Statuta Turističke zajednice Međimurske županije, Ured turističke zajednice Međimurske županije u suradnji sa Predsjednikom TZMŽ sačinio je

Izvešće o izvršenju Plana rada i financijskog plana TZMŽ za 2020. godinu

Izvešće sadrži analize stanja resursne i atrakcijske osnove, turističke infrastrukture, turističkih kapaciteta, analizu relevantnih tržišnih kretanja, prikaz ostvarenih fizičkih i financijskih pokazatelja turističkog prometa, narativni i financijski prikaz planiranih ciljeva, provedenih programskih aktivnosti, ostvarenih rezultata te prikaz ostvarenih prihoda po pojedinim izvorima i ostvarenih troškova po pojedinim projektima i vrstama troškova.

Ovo izvješće podnijeto je na razmatranje i usvajanje Turističkom vijeću Turističke zajednice Međimurske županije koje ga je na svojoj 2. sjednici održanoj 22.03.2021. usvojilo i predlaže ga kao takvo na usvajanje Skupštini Turističke zajednice Međimurske županije.

2. ANALIZE INTERNOG OKRUŽENJA

2.1. Turistička atrakcijska osnova¹

Međimurska županija raspolaže bogatom resursno-atrakcijskom osnovom. To potvrđuju i brojne nagrade koje su županijske destinacije ili atrakcije dobile na nacionalnim natjecanjima. Primjerice, u natjecanju izvrsnosti kontinentalnog turizma (Zeleni cvijet Hrvatske turističke zajednice) Sveti Martin na Muri i Čakovec u razdoblju od 2005. do 2010. godine uzastopno dobivali najviše ocjene u kategoriji uređenosti naselja i gradova srednje veličine, dok je u 2011. godini Perivoj Zrinskih ocijenjen kao najljepši perivoj, a Prelog u 2012. godini kao najuređenije mjesto do 5.000 stanovnika. Valja spomenuti da je Međimurska županija jedina hrvatska županija koja je na natjecanju Europske komisije European Destinations of Excellence (EDEN) od 2007. do 2019. godine dobila tri nacionalna pobjednika (Sveti Martin na Muri u 2007. i 2019., Gornje Međimurje u 2015.), a 2016. godine prestižnu Swiss Tourism Award. Također, u 2010. godini Sveti Martin na Muri dobio je srebrni cvijet europske asocijacije Entente Florale Europe, a 2016. godine međunarodnu nagradu Communities in Bloom. 2018. godine TZMŽ je primljena u članstvo Svjetske turističke organizacije.

Bez obzira na uređenost naselja ili pojedinih atrakcija, ocjena razvojnog potencijala turističke atrakcijske osnove omogućava prepoznavanje primarnih atraktora Županije, kao i elemente atrakcijske osnove koji zahtijevaju daljnje opremanje, razvoj i umrežavanje:

Primarni atraktori	<ul style="list-style-type: none"> • Gornje Međimurje • Mura, Regionalni park • biciklističke staze • Terme Sv. Martin • Centar R. Steiner • Manifestacije
Daljnje opremanje	<ul style="list-style-type: none"> • Donje Međimurje • kompleks Staroga grada s Muzejom • ponuda sporta (SRC Mladost, Aeroklub Međimurje, Karting, Speedwa, Centar Aton)
Daljnji razvoj i umrežavanje	<ul style="list-style-type: none"> • etnografska baština (Cesta tradicije) • nasljeđe Zrinskih (Putovi Zrinskih) • gastronomija – proizvođači i pružatelji ugostiteljskih usluga • vjerski objekti • industrijska baština – rudarstvo, nafta • ezoterija – Steiner, labirinti, legende
Novi razvoj	<ul style="list-style-type: none"> • etno-glazba Međimurja • pješačke/trekking rute

¹Master plan turizma Međimurske županije 2016-2020

2.2. Turistička suprastruktura

Sukladno podacima sa sustava **eVisitor** Hrvatske turističke zajednice, na području Međimurske županije na dan **31.12.2020.** godine poslovala su **158** smještajna objekta što je porast broja ležaja od **14%** posto u odnosu na 2019.g., s ukupno **820** smještajne jedinice i **2017** ležaja što je povećanje za **53%** u odnosu na 2019.g. Navedeni rast se odnosi pretežito na kategorije kuća za odmor i apartmana. U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju hoteli (6) s 314 smještajnih jedinica i 609 ležaja. U odnosu na 2019. godinu, ukupan smještajni kapacitet povećan je za 61 smještajnu jedinicu odnosno 199 ležaja.

Lidersku poziciju prema broju smještajnih jedinica i postelja ima, sukladno podacima iz prosinca 2020. godine, Sveti Martin na Muri koji raspolaže s kapacitetom od 337 smještajnih jedinica i 823 osnovna ležaja. Dominantni oblik smještaja u toj destinaciji čini kompleks s hotelom od 151 sobe i 6 apartmana te dodatnih 120 apartmana, a smještaj je organiziran i u 45 kućanstva s ukupno 60 smještajnih jedinica. Slijedi Čakovec sa 228 smještajnih jedinica i 543 ležaja te Prelog sa 47 smještajnih jedinica i 85 osnovnih ležajeva. Osim u te tri destinacije hotelski smještaj organiziran je i u Donjem Kraljevcu. Prema podacima Upravnog odjela za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam MŽ od 6 hotela, dva hotela imala su kategoriju 4 zvjezdice (Hotel Golfer, Toplice Sveti Martin i hotel Castellum, Čakovec), četiri hotela imali su kategoriju 3 zvjezdice (Hotel Kralj, Donji Kraljevec; Hotel Panorama, Prelog; Hotel Prelog, Prelog, Hotel Park, Čakovec).

Terme Sv. Martin, kao pojedinačno najveći smještajni kompleks u Županiji (hotel Terme Sveti Martin i Apartmani Regina), pozicionira se na tržištu kroz koncepte 'Pokreni se', 'Napuni se pozitivnom energijom', 'Doživi Međimurje' '100% prirodan odmor' s orijentacijom na proizvode zdravlja, wellnesa, biciklizma i sporta. U sklopu kompleksa nude se novo renovirani unutarnji termomineralni bazeni, wellness i beauty centar, Svijet sauna, Lumbalis centar zdravlja i ljetni aquapark. Također je u ponudi šest konferencijskih dvorana (10-450 mjesta). Prosječna ocjena 8,8/10 za Hotel Spa Golfer na Booking.com tražilici odražava visoku razinu zadovoljstva gostiju udobnošću i uslugom. Hotel Park u Čakovcu, dobro je lociran prema središtu grada te nudi dvorane za sastanke i skupove (multifunkcionalna dvorana s 10-300 mjesta), prosječna ocjena 8/10. Hotel Panorama u Prelogu diferencira se lokacijom uz jezero Dubrava te vanjskim i unutarnjim sportskim terenima. Ocjena 9/10 rezultat je zadovoljstva čistoćom, sadržajima i osobljem. U okviru odrednica tržišne i cjenovne pozicije, ponuda Hotela Kralj u Donjem Kraljevcu ocjenjuje se vrlo dobrom (ocjena 8,7), pri čemu su ključne odrednice ponude iznadprosječno ocijenjena čistoća i osoblje te udobnost objekta. Svi hoteli nude mogućnost rezervacije smještaja online. U skupini hotelskog i sličnog smještaja izdvajaju se i tri pansiona (Ilonka, Mursko Središće; Mamica, Pušćine; Golf, Donji Vidovec) s ukupnim kapacitetom 42 smještajnih jedinica te 115 stalnih ležajeva. Smještaj u kućanstvima i na seljačkim gospodarstvima organiziran je u Štrigovi (20 kućanstva s 69 stalnih ležajeva), Nedelišću (22 kućanstva s 49 stalne postelje), Čakovcu (30 kućanstva s 46 stalnih postelja), Svetom Juraju na Bregu (10 gospodarstva s 35 stalne postelje) te u Svetom Martinu na Muri (58 kućanstva s 189 stalnih postelja). Na području županije poslovala su tri hostela: Hostel Aton, Nedelišće sa 16 smještajnih jedinica i 29 stalnih ležajeva, Hostel Omnibus, Čakovec sa 8 smještajnih jedinica i 56 stalnih ležajeva te Hostel Madona u Donjem Vidovcu sa 3 smještajnom jedinicom i 14 ležajeva. Valja naglasiti da je u Županiji uspostavljen poseban standard kvalitete *Cyclist welcome* koji propisuje niz sadržaja kojima objekti moraju raspolagati kako bi bolje uslužili ciklo turiste. U ovom trenutku s ovim posebnim standardom kvalitete raspolaže 70-ak smještajnih objekata na

području Županije. Osim smještaja, karakteristična turistička djelatnost je i priprema i usluživanje hrane. Sukladno podacima Upravnog odjela za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam u Međimurskoj županiji, krajem 2020. godine na području Županije ukupno je djelovalo **413** objekata izvan smještajnog ugostiteljstva, od čega 279 objekta usmjerena samo na usluživanje pića (caffè barovi, kavane i slični objekti) te oko 117 objekta koji nude i hranu i piće, od čega **21** restoran. Ugostiteljska ponuda dominantno je koncentrirana u Čakovcu što upućuje na lokalni karakter njihove tržišne orijentacije, a među važnijim turističkim odredištima i većim jedinicama lokalne samouprave ponudom ugostiteljskih objekata ističu se i Nedelišće i Mursko Središće. Valorizirajući bogatu eno-gastronomsku tradiciju Međimurja, na području županije djeluje nekoliko relevantnih restorana čija kvaliteta prerasta lokalne okvira ('Dobri restorani'), a valja naglasiti da je Turistička zajednica Međimurske županije u cilju podizanja razine kvalitete i raznovrsnosti ponude ugostiteljske ponude uspostavila sustav ocjenjivanja restorana i ugostiteljskih destinacija znakovima 'Zlatni međimurski gurman' i 'Međimurski gurman' kojim se ocjenjuju prostor, osoblje, oprema, jela te sama ponuda objekata (uključujući primjerice korištenje domaćih namirnica, korištenje bućinog ulja, originalnost ponude i sl.). Enološki doživljaj Međimurja čije primarno povezati s ponudom Međimurske vinske ceste koja predstavlja jednu od najbolje organiziranih vinskih cesta u Hrvatskoj, s više od 30-tak vinara povezanih kvalitetnim prometnicama. Svi objekti na cesti su kategorizirani (1-4 grozda) i označeni turističkom signalizacijom, pri čemu se desetak vinara intenzivnije obraća turističkom tržištu. Ponuda je ipak pretežito usmjerena na organizirane grupe prema najavi.

Tablica 3 Aktivni objekti iz djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića u MŽ stanje 31.12.2019.

Kategorija objekta	MŽ	Čakovec	Nedelišće	Prelog	Mursko Središće	Sv. Martin na Muri
Restoran	21	7	1	0	2	0
Bistro, pizzeria, grill, pivnica, gostionica, krčma	70	25	2	4	1	1
Caffe-bar, kavana	274	50	10	58	11	4
Ostalo	48	14	3	11	4	1
Ukupno	413	96	16	73	18	6

Važan segment turističke ponude Županije predstavljaju i brojne, različito tematizirane manifestacije koje se organiziraju tijekom cijele godine u svim većim mjestima. Iako je dio manifestacija značajnije prepoznat na regionalnom i nacionalnom, a dio i na međunarodnom turističkom tržištu, manifestacije su ipak najvećim dijelom usmjerene na lokalnu ili unutar županijsku potražnju. S obzirom na situaciju sa pandemijom COVID 19 2020. godine se manifestacije nisu održavale u istom broju obimu kao i prijašnjih godina. kroz godinu se održalo 10-ak manifestacija u smanjenom obimu. Sukladno podacima Upravnog odjela za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam, odsjeka za obrt i poduzetništvo, na području Međimurske županije djeluje deset turističkih agencija s 12 poslovnica, a registrirano je i 125 turističkih vodiča. Agencije su u najvećoj su mjeri orijentirane na organiziranje i posredovanje

putovanja izvan Međimurja. Na području županije uspostavljeno je šest info centara koji djeluju pri turističkim zajednicama: TZ Međimurje, TZ Čakovec, TZ Mursko Središće, TZ Nedelišće, TZ Prelog, TZ Štrigova, TZ Sveti Martin na Muri.

2.3. Performanse turističkog sektora

U 2020. godini na području Županije ostvareno je **123.202** noćenja što je oko **39%** manje nego 2019.g., te 42.721 dolazaka što je također oko **49% manje** u odnosu na 2019.g. Uzrok pada noćenja i dolazaka je poznata COVID 19 pandemija. Gosti su u Međimurju prosječno boravili **2,88** dana što je porast od **19%** u odnosu na 2019.g. Razlog produženju boravka vidimo u porastu kvalitete i raznovrsnosti vanpansionske ponude i dobro ciljanim marketinškim aktivnostima.

Tablica 2.3. Registrirana noćenja 2015.-2020. po turističkim zajednicama

Turistička zajednica općine / grada	Godina						% u strukturi 2020.	Indeks 2020/2015
	2015	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.		
Sveti Martin na Muri	89.306	108.396	130.642	142.660	147.380	77.093	62.57%	169
Čakovec	14.877	16.623	15.017	20.975	26.309	18.665	15.15%	125
Prelog	8.584	7.157	7.667	7.857	8.131	5.128	4.16%	114
Nedelišće	4.982	5.498	6.288	6.457	4.881	3.639	2.95%	113
Mursko Središće	0	1.143	150	117	62	204	0.17%	0
Štrigova	1.420	1.188	1.725	1.963	2.384	2.343	1.90%	321
Općine bez TZ: Sveti Juraj na Bregu, Donji Kraljevec, Donji Vidovec	1.760	7.673	7.999	9.779	11.782	16.130	13.09%	189
Ukupno	120.929	144.161	169.494	189.808	200.929	123.202	100	160

S obzirom na organizaciju dolaska 38.379 gostiju su bili individualni gosti, dok su 4.342 gosta bila u organizaciji agencija. Trend individualnog dolaska nastavljen je i u 2020. godini. Navedeno je pokazatelj da se gosti o destinaciji informiraju putem web platformi i društvenih mreža, a rezervacije vrše preko online bukung platformi, e-maila ili telefonskim kontaktima direktno s smještajnim objektima.

Struktura gostiju prema zemlji porijekla

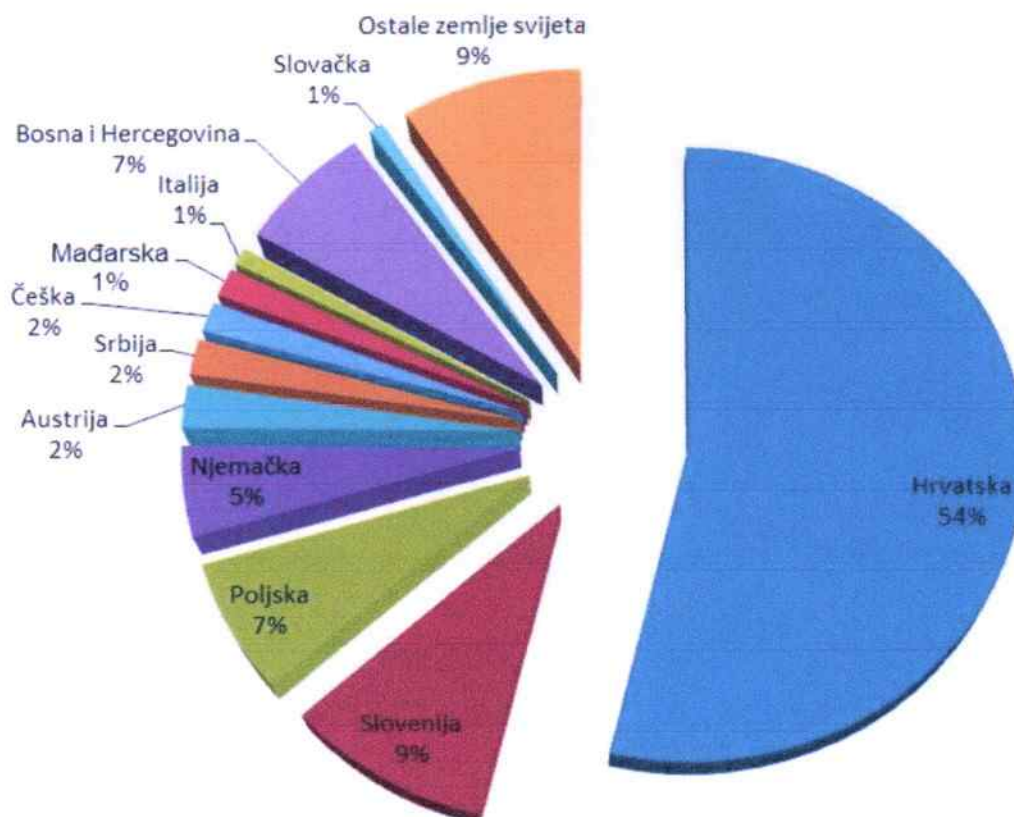
Državljeni Hrvatske ostvarili su u 2020. godini **53.77 %**, a turisti iz inozemstva **46.23%** noćenja .

Tablica 2.3.1 Registrirana noćenja u 2020.g. po zemljama porijekla turista

Država	Broj noćenja
Hrvatska	66.244
Slovenija	11.845
Poljska	8.645
Njemačka	5.906
Austrija	2.831
Srbija	2.348
Češka	1.992
Mađarska	1.901
Italija	1.137
Bosna i Hercegovina	8.389
Slovačka	927
Ostale zemlje svijeta	11.037
UKUPNO	123.202

Izvor: eVisitor

Grafikon 2.3.1. Struktura noćenja prema zemlji porijekla u MŽ 2020.



Obrada: TZMŽ

3. ANALIZA TRŽIŠTA

3.1. Kvantitativni trendovi na domaćem i inozemnim tržištima

Zbog poznatih okolnosti pandemije COVID-a 19 globalna i nacionalna turistička kretanja u 2020. godini bila su potpuno poremećena. Svi planirani rezultati tijekom godine znatno su korigirani u negativnom smislu. Smjernice, trendovi i prognoze međunarodnih turističkih institucija (WTO) pa ni nacionalnih nisu bili primjenjivi za Međimurje. Strana tržišta značajna za Međimurje (Slovenija, Austrija, Njemačka) bila su gotov cijele godine u blokadi, a samo je poljsko tržište u ljetnim mjesecima pokazivalo određenu živost. To rezultiralo padom dolazaka i noćenja stranih gostiju od gotov 40%. Zbog potpuno nepredvidive situacije na stranim tržištima TZMŽ se marketinški fokusirala na domaće tržište s kampanjom „Međimurje daje više“. Kampanja je bila vrlo zapažena na nacionalnom tržištu te je do kraja 2020. ostvareno gotovo 60% noćenja u odnosu na 2019.g. što je s obzirom na okolnosti relativno zadovoljavajući rezultat. Iako su konkurentske destinacije na domaćem tržištu također uložile značajne marketinške napore u privlačenju domaćih gostiju Međimurje je zadržalo svoju konkurentsku poziciju, a srednjeročno ju i ojačalo zahvaljujući ulaganju u goste kroz kampanju „Međimurje daje više“. Ocjenjujemo da je struktura postojećeg portfelja turističkih proizvoda: zdravlje i aktivni odmor u prirodnom okruženju i s kvalitetnom enogastronomijom te naglaskom na visokoj razini kvalitete usluge i fer cijene u skladu s kratkoročnim i dugoročnim globalnim trendovima turističke potražnje. S obzirom da će u prvoj polovini 2021. situacija s pandemijom još uvijek biti neizvjesna za Međimurje očekujemo blagi rast na strani domaće potražnje i stagnaciju na stranim tržištima u odnosu na 2020.g. Globalni marketinški naglasci biti će: siguran odmor, odmor u bliskim/lako dostupnim destinacijama, zeleni odmor, individualni buking, putovanje automobilom, kvalitetna usluga po fer cijeni.

3.2. Obilježja kvalitativnih trendova²

U nastavku se daje kratak pregled ključnih odrednica tržišnih atraktivnosti za Međimursku županiju, slijedom resursne osnove, strateških planova i stavova dionika, perspektivnih turističkih proizvoda:

Tabela 3.1. Relevantni demografski interesni segmenti

Demografski segmenti	
Djeca školske dobi (6 - 17)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju uglavnom organizirano • očekivanja: sigurnost, jednostavan smještaj, zanimljivi i aktivni sadržaji • informacije: škole i dječja društva informiraju se direktnim kontaktima, vjerni su „provjerenim“ destinacijama
Studenti (18 - 25)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju pretežito tijekom ljeta • očekivanja: cjenovno prihvatljiv smještaj (hosteli, kampovi, razmjena stanova), aktivnosti, sadržaji, mobilnost • informacije: internet i društvene mreže

²Master plan razvoja turizma MŽ 2016-2020

Mladi parovi (oko 26 - 35)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom cijele godine • očekivanja: „posebno“ iskustvo, kvaliteta, šoping u kratkom vremenu bez većih cjenovnih ograničenja • informacije: internet, društvene mreže, <i>lifestyle</i> časopisi, prijatelji
Obitelji s djecom (oko 35 - 50)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom praznika • očekivanja: dobra vrijednost za novac i sadržaji prilagođeni potrebama djece • informacije: internet, prijatelji, obiteljski časopisi, prethodna iskustva (vjernost)
Zrela dob (oko 50 - 65)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom cijele godine • očekivanja: „duh“ i „mjesto sa šarmom“, žele učiniti „nešto dobro za sebe“, kvaliteta • informacije: specijalizirani tisak, internet, preporuke
Treća dob (65+)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju u proljeće i jesen, uglavnom organizirano u grupi • očekivanja: ugodan i jednostavan smještaj, mirnije destinacije, razgledavanje glavnih atrakcija • informacije: preporuke

Portfelj relevantnih turističkih proizvoda u Međimurju

Rekreacija i sport: biciklizam, pješaćenje, lov i ribolov, adrenalinski sportovi, sportske pripreme

- Obuhvat: izrazito širok i stalno evoluirajući skup aktivnosti podržan orijentacijom kupaca ka zdravom životu i boravkom u prirodi
- Očekivani rast: do 30% godišnje, očekuje se da će u budućnosti posebno rasti interes za ekstremnim aktivnostima i neuobičajenim destinacijama, 'kombiniranim putovanjima' (npr. 'biciklizam i hrana') te društveno odgovornim putovanjima (npr. čišćenje okoliša)
- Faktori uspjeha: kvaliteta sportske infrastrukture, posebnosti prirodnog okoliša, kvaliteta usluga u sportu (prihvatanje međunarodnih standarda) i kvaliteta prateće ponude u destinaciji.

Zdravstveni turizam: wellness, lječilišni, medicinski

- Obuhvat: putovanja motivirana potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života
- Očekivani rast: 10% do 15% godišnje, očekuje se da će zdravstveni turizam biti jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti s obzirom na rastuću orijentaciju prema zdravstvenoj prevenciji, zdravom životu te trend starenja stanovništva
- Faktori uspjeha: kvaliteta specijaliziranih centara, kvaliteta prateće turističke ponude u destinaciji, kompatibilan razvoj destinacije.

Kulturni turizam: gradski, turizam baštine, događanja, kultura života i rada

- Obuhvat: heterogen proizvod koji obuhvaća putovanja pretežito motivirana upoznavanjem kulturne baštine, povijesti, umjetnosti i 'kulture života i rada' društvene zajednice
- Očekivani rast: u granicama globalnih kretanja potražnje budući da se procjenjuje da oko 40% svih međunarodnih odmorišnih putovanja sadrže komponentu kulture, dok za oko 25% Europljana kulturna baština ima presudnu ulogu u izboru destinacije, očekivani rast

generira sve veća starija populacija s dovoljno slobodnog vremena i raspoloživog prihoda te sve obrazovanija mlađa populacija

- Faktori uspjeha: značaj i posebnost lokaliteta/spomenika/događanja, kvaliteta prezentacije građe, kvaliteta prateće turističke ponude u destinaciji.

Gastronomija i enologija: vinska cesta, tematske ceste, manifestacije, gastro punktovi

- Obuhvat: putovanja djelomično ili potpuno motivirana konzumacijom hrane i pića, destinacije ili iskustvima povezanim s gastronomijom i enologijom koja uključuju razvijanje spoznaja o lokalnoj eno-gastronomiji, promatranje i/ili uključivanje u procese proizvodnje i prerade, kupnju lokalnih proizvoda i obilasku tematskih cesta i festivala
- Očekivani rast: jedan od najdinamičnijih segmenata turističkog tržišta, rast potražnje uglavnom generira domaća potražnja budući da je međunarodni segment turizma relativno nizak
- Faktori uspjeha: obilježja destinacijske kuhinje, imidž destinacije, kvaliteta ugostiteljske i ponude vina, kvaliteta prateće turističke ponude i manifestacija.

Poslovni turizam: skupovi, incentive

- Obuhvat: različiti tipove poslovnih događanja/putovanja uključujući sastanke, konferencije i kongrese te izložbe i sajmove.
- Očekivani rast: oporavak potražnje i ostvarenje dugoročnog rasta u okvirima prognoza UNWTO-a o globalnoj potražnji (3%-4% Europa)
- Faktori uspjeha: atraktivnosti i imidž destinacije, sigurnost, dostupnost, hotelska ponuda, sadržajnost i kvaliteta usluga, cjenovna pozicija destinacije, primjena eko procedura, kvaliteta DMC/PCO agencija i kongresnih ureda, raspoloživost različitih vrsta objekata za poslovne skupove.

3.3. Konkurentska pozicija Međimurske županije

U komparaciji 13 „kontinentalnih županija“ Međimurska županija zauzima **treće** mjesto prema broju ostvarenih noćenja u 2020.g.

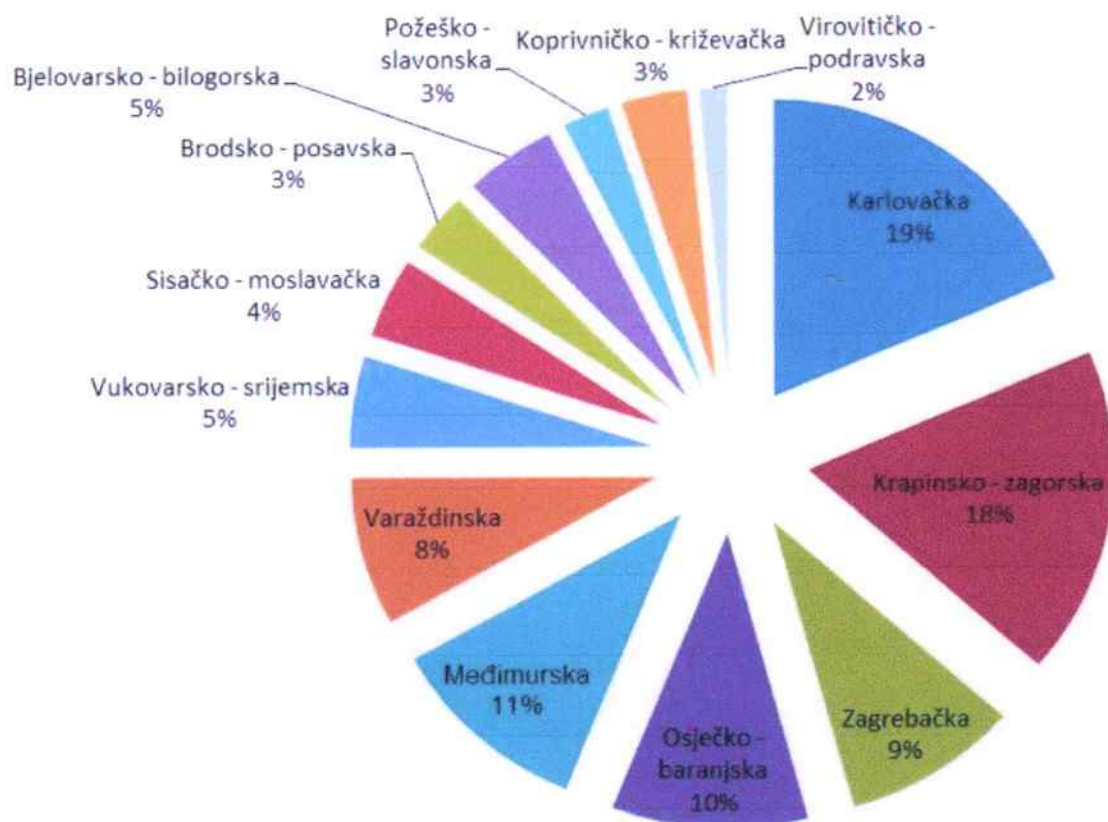
Tabela 3.3.1. Komparacija dolazaka i noćenja „kontinentalnih“ županija u 2020.g.

ŽUPANIJA	01.01.2020- 31.12.2020		01.01.2019- 31.12.2019		Godišnji indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Karlovačka	105.207	212.632	366.208	638.107	28,72	33,32
Krapinsko - zagorska	90.022	205.125	176.828	373.392	50,90	54,93
Međimurska	42.721	123.202	82.909	200.929	51,53	61,32
Osječko - baranjska	47.813	119.244	111.134	234.018	43,02	50,95
Zagrebačka	43.396	106.519	139.788	229.910	31,04	46,33
Varaždinska	45.694	92.437	81.688	187.755	55,93	49,23
Vukovarsko - srijemska	32.360	57.291	82.136	140.483	39,39	40,78
Sisačko - moslavačka	14.683	50.197	41.770	146.653	35,15	34,22

Brodsko - posavska	17.678	37.900	37.810	64.399	46,75	58,85
Bjelovarsko - bilogorska	13.277	55.762	27.377	93.352	48,49	59,733
Požeško - slavonska	10.875	28.288	20.718	46.245	52,49	61,16
Koprivničko - križevačka	9.230	39.562	20.079	38.968	45,96	101,53
Virovitičko - podravska	7.703	17.398	15.341	38.194	50,21	45,55

Izvor: Turistička statistika, www.htz.hr

Grafikon 3.3.1. Struktura tržišnog udjela po kontinentalnim županijama 31.12.2020.g.



Obrada TZMŽ

4. IZVRŠENJE MARKETING PLANA TZMŽ ZA 2020.g.

4.1. Ostvarenje ciljeva marketinške politike za 2020.g.

Ciljevi marketinške politike TZMŽ postavljeni u Programu rada za 2020. godinu bili su:

Strateški ciljevi	<ul style="list-style-type: none"> - Povećanje prepoznatljivosti Međimurja na ciljnim tržištima kao sadržajne stacionarne i izletničke destinacije dinamičnog i zdravog odmora, - Povećanje atraktivnosti Međimurjana ciljnim tržištima kao stacionarne, izletničke i tranzitne destinacije za cijelu godinu - Povećanje ukupnih prihoda od turizma
Operativni ciljevi za 2020.g.	<ul style="list-style-type: none"> - Povećanje broja registriranih noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima poprosječnoj stopi od 5% godišnje - Povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za ukupno 10 % - Povećanje prosječne dnevne potrošnje posjetitelja po prosječnoj stopi <ul style="list-style-type: none"> - od 7% godišnje - Povećanje broja posjetitelja na www.visitmedimurje.com po prosječnoj stopi od 20% godišnje

U 2020. godini postignuti su slijedeći rezultati:

- Porast broja smještajnih objekata za 53% i broja ležaja za 14 % odnosu na 2019.g.
- Porast prosječne dužine boravka za 19% u odnosu na 2019.g.
- Porast broja posjetitelja na web portalu visitmedimurje.com od 23% u odnosu na 2019.g.
- Porast prepoznatljivosti Međimurja na domaćem tržištu kao destinacije koja gostu „daje više“.

4.2. Ostvarivanje prihoda TZMŽ u 2020.g.

U 2020. godini ostvareno je ukupno **3.361.909,62** kuna prihoda što je 53% manje u odnosu na prvobitni financijski plan. Razlozi pada su: dogođeni prihodi od EU fondova zbog pomicanja rokova izvršenja na 2021. godinu te smanjenje potpora od Međimurske županije i HTZ-a, a sve je uzrokovano poremećajima zbog COVID 19 pandemije. Izvorni prihodi koje čine turistička članarina i boravišna pristojba ostvareni su u visini 402.205,10 kn što je porast za 9% u odnosu na 2019.g., a činili su 4,17 % od ukupnih prihoda. Prihodi od potpore Međimurske županije ostvareni su u visini 965.852,55 kuna što je pad za 46% u odnosu na 2019.g.. Potpore od GU HTZ realizirane su u visini od 464.910,64 kn što je pad od 53% u odnosu na 2019.g. Sredstva od EU fondova realizirana su u visini 1.514.912,00 što je poras

od 71% u odnosu na 2019.g. i činila su 45,06 % u strukturi realiziranih prihoda. Ostali prihodi realizirani su u visini 13.354,69 kuna što čini 0,40 % u strukturi ukupnih prihoda.

4.3. Ostvarivanje marketinških aktivnosti u 2020.g.

4.3.1. RAD TURISTIČKOG UREDA I TIJELA TZMŽ

4.3.1.1. Rad ureda TZMŽ

Ured TZMŽ je djelovao u uredskom prostoru u sklopu Međimurske županije na adresi R. Boškovića 2 Čakovec. U kolovozu 2018. godine Ured je preseljen u novu zgradu na adresi B. J. Jelačića 22E koja je uređena i opremljena potrebnom informatičkom opremom i uredskim namještajem u sklopu projekta Attractoru Interreg HUIR. U uredu je bilo zaposleno tri djelatnika u stalnom radnom odnosu i jedana stažista u skladu s Mjerom stručnog osposobljavanja HZZ.

- **Planirani ciljevi** bili su :
 - osigurati nesmetan rad Tijela TZMŽ
 - osigurati provedbu Programa rada i financijskog plana TZMŽ
- **Provedene aktivnosti:**
 - 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
 - sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou Županije u svezi s izradom Masterplana razvoja turizma i Operativnog plana razvoja ciklotruizma MŽ,
 - pružanje stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja Županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena,
 - prikupljanje i redovita obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća (zbirno izvješće općina i gradova),
 - sudjelovanje u radu Strukovne grupe za turizama pri ŽK HGK, Savjeta Međimurske vinske ceste, Koordinacije Klastera Središnje Hrvatske, Stručne skupine za pripremu Zakon o turizmu Ministarstva turizma i drugih stručnih tijela vezanih na razvoj turizma,
 - obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
 - izradu polugodišnjih i godišnjih izvješća, analize i ocjena ostvarivanja programa rada i financijskog plana TZMŽ
 - ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava (DIS) , sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici eVisitor,
 - objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova,
 - organizacijske i logističke poslove neposredno vezane uz realizaciju programa rada
 - poslove informiranja poslovnih subjekata, građana i drugih subjekata o turističkoj ponudi i drugim informacijama vezanim uz rad TZMŽ-a
 - pribavljao, izdavao i kontrolirao financijsku dokumentaciju te ju pripremao za knjigovodstveni biro radi knjiženja,

- obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom, drugim propisima i Statutom TZMŽ.
- **Realizirani izdaci:** od **304.980,11** kn odnose se na: bruto plaće i naknade zaposlenika, komunikacijske troškove, uredski materijal, sitni inventar, knjigovodstvene usluge, takse i naknadu za platni promet, reprezentaciju, doprinose stažista, nabavu komunikacijskih uređaja i instalacija, gorivo, gume i održavanje auta, lizing službenog automobila, zakup serverskog prostora.
- **Ostvareni rezultati:** Ured turističke zajednice nesmetano je poslovao te u sve planirane programske aktivnosti u potpunosti su izvršene.

4.3.1.2. Rad tijela TZMŽ

- **Planirani ciljevi** bili su :
 - Postizanje rezultata zacrtanih Programom rada TZMŽ za 2020.g.
- **Provedene aktivnosti :** Tijekom 2020. godine održane su :
 - 4 sjednice Turističkog vijeća TZMŽ
 - 3 sjednice Skupštine TZMŽ
- **Realizirani izdaci** Odlukom TV TZMŽ za svoj rada članovi tijela odrekli su se naknada
- **Ostvareni rezultati:** Održan je planirani broj sjednica tijela. Članovi tijela u visokom postotku su se odazivali na sjednice i aktivno sudjelovali u raspravama. Tijela TZMŽ uspješno su i u zadanim rokovima ostvarivale statutarne i zakonske zadatke. Detaljni pregled aktivnosti donosi se u Izvješću o radu Turističkog vijeća TZMŽ za 2020.g.

4.3.2. DIZAJN VRIJEDNOSTI PONUDE

4.3.2.1. Upravljanje destinacijom i potpora DMK

- **Planirani ciljevi** bili 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
- **Provedene su aktivnosti:**
 - koordiniran je rad sustava turističkih zajednica
 - koordinacija postojećih klubova kvalitete: bike i smještaj Cyclistwelcome, restorateri: Međimurski gurman
 - potpora radu Društva turističkih vodiča za edukaciju i studijske obilaske destinacije
- **Realizirani su izdaci** - **15.101,98** kn odnose se na troškove transporta i potpore za rad strukovnih udruga
- **Ostvareni rezultati:**
 - koordiniran planirani broj klubova kvalitete,
 - porasla je razina znanja i vještina ponuditelja turističkih usluga na području MŽ
 - sustav TZ-a funkcionirao je na zadovoljavajućoj razini.

4.3.2.2. Program „Međimurje Cyclist Welcome“

➤ Upravljanje i održavanje CW mreže

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - pozicioniranje Međimurja kao visoko kvalitetne cikloturističke destinacije u Hrvatskoj te bližoj regiji
 - diferencijacija cikloturističkog proizvoda Međimurja u odnosu na ponudu u široj regiji kao bike prijateljske,
 - rast dolazaka i noćenja cikloturista u Međimurju za 10% u odnosu na 2019.g.
- **Provedene su aktivnosti :**
 - izrada natječajne dokumentacije za Javni poziv Min. turizma (poziv nije realiziran od strane Mints. zbog COVID 19 pandemije
 - tekuće održavanje opreme i signalizacije
- **Realizirani izdaci: 8.276,00** odnose se na održavanje bike infrastrukture
- **Ostvareni rezultati:** zadržan je imidž MŽ kao jedne od vodećih bike destinacija kontinentalne Hrvatske

➤ Projekta Cycle in a network 2.0 (CIAN) Interreg HUHR

- **Provedene su aktivnosti :**
 - Sve aktivnosti su provedene u 2019. godini, dok su prihodi ostvareni u 2020. godini
 - **Realizirani izdaci: 18.750,00** kn odnose se na odgođeno priznavanje dijela troškova (amortizacija) opreme i sitnog inventara u upotrebi

➤ Amazon of Europe Interreg Danube Transnational Programme

- **Planirani ciljevi** projekta bili su:
 - poboljšanje prekogranične biciklističke infrastrukture i kvalitete bike usluga. Projekt je sufinanciran iz OP Interreg Dunavskatransnacionalni program, a povodit se u suradnji s partnerima iz Austrije, Slovenije, Mađarske, Hrvatske, Srbije. Započeo je u listopadu 2018. i traje travnja 2021.g.
- **Provedene su aktivnosti:**
 - održani su sastanci projektnih partnera
 - izrađen je elaborat za označavanje rute
- **Realizirani su izdaci od 197.254,50** kn odnose se na bruto plaću i troškove putovanja zaposelnih na projektu, troškove putovanja, promocija, organizacija promotivnih evenata, kontrola izvještaja, izrada elaborata za označavanje rute
- **Ostvareni rezultati:** izrađeni i usklađeni elaborati za označavanje rute

4.3.2.3. Program „Međimurski gurman“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - pozicioniranje Međimurja kao enogastronomske destinacije na domaćem i ino tržištu
 - diferencijacija enogastroproizvoda destinacije u odnosu na ponudu u regiji
 - rast dolazaka „ enogastro“ turista u Međimurju za 10% u odnosu na 2019.g

- Zbog COVID 19 pandemije odgođene su sve aktivnosti za 2021. godinu te nije bilo troškova.

4.3.2.4. Program „Volim Međimurje“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - mobilizacija svih subjekata na očuvanju turističkog prostora,
 - unapređivanje turističkog okruženja i zaštita okoliša,
 - podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice u destinaciji.
- **Provedene su aktivnosti:**
 - **Zeleni cvijet Međimurja** - U suradnji Međimurskim novinama provedeno je ocjenjivanje uređenosti okućnica, ugostiteljskih objekata i OPG-a, sponzorirana je nagrade sudionicima
- **Svjetski dan turizma** - tema je bila „Turizam i ruralni razvoj“, te je obilježen na OPFG Zadravec
- **Realizirani izdaci:** od 6.850,00 kn odnose se na organizaciju dana Međimorskog turizma, ugostiteljske usluge.
- **Ostvareni rezultati:** Porasla je svijest stanovnika MŽ o važnosti ekološke održivosti, uređenju okoliša – uključeno je nekoliko stotina sudionika, nacionalna i međunarodna javnost upoznata je s kvalitetom turističke ponude i održivim pristupom u razvoju turizma u MŽ, značajno je porasla prepoznatljivost turizma MŽ.

4.3.2.5. Program „Međimurje u pokretu“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - organizacija sustava Geogeshing
 - označavanje šetačkih staza
- Zbog COVID 19 pandemije odgođene su sve aktivnosti za 2021. godinu te nije bilo troškova.

4.3.2.6. Program Ekomuzej Međimurja

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - jačanje ponude kulturnog turizma temeljenog na materijalnoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini Međimurja
 - poticanje umrežavanja i suradnje vlasnik prirodne i kulturne baštine te ponuditelja turističkih usluga u MŽ
 - uspostavljanje novih kulturno turističkih atrakcija i interpretacijskih centara
- **Provedene aktivnosti:** organizacija ekomuzeja EMM
- **Realizirani izdaci:** 6.645,64 odnose se na pripremu koncepta razvoja EMM

➤ **Projekt Revitalizacija i rekonstrukcija fortifikacije Starog grada Zrinskih u muzej nematerijalne kulture - Riznica Međimurja**

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - provedba integriranih marketinških aktivnosti

Projekt je sufinanciran iz OP Konkurentnost i kohezija u partnerstvu MŽ, REDEA, Muzej Međimurja. Projekt je započeo u rujnu 2017. i traje do travnja 2021.

- **Provedene aktivnosti:**
Provedena je B2B radionica za turističke agencije na inozemnom tržištu
- **Realizirani izdaci:** od **42.043,08** kn odnose se na bruto plaću voditelja projekta, organizacija nastupa na sajmovima i B2B radionicama, oglašavanje, dnevnice i kotizacije
- **Ostvareni rezultati:**
Realizirani su kontakti i poslovni razgovori s inozemnim turoperatorima i informirana javnost o odvijanju projekta Riznica Međimurja

➤ **Projekt Med dvema vodama OP Konkurentnost i kohezija**

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - Promocija vrijednosti i turističke ponude prirodne baštine
 - Porast broja gostiju motiviranih aktivnim odmorom za 10%
 Projekt se provodi u suradnji s MŽ, REDEA, JU zaštićene prirode MŽ. Započeo je u listopadu 2018. , a završava u ožujku 2021.g.
- **Provedene aktivnosti:**
Dizajnirani su i izrađeni promotivni materijali (pokloni, brošure, letci)
- **Realizirani izdaci:** od **118.166,28** kn odnose se na dio plaće voditelja projekta te izrada promotivnih materijala za projekt
- **Ostvareni rezultati:** realizirane su planirane projektne aktivnosti

4.3.3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI PONUDE

4.3.3.1. Online komunikacije

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - povećanje broja posjetitelja na www.visitmedimurje.com od 20% u odnosu na 2019.g. kao osnovnog alata e-marketinga TZMŽ
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
 - povećanje broja „prijatelja“ na Facebook stranicama <https://hr-hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije> za 20% u odnosu na 2019.g.
 - unapređenje centralnog destinacijskog informacijskog sustava
- **Provedene su aktivnosti**
 - provedena je promotivna kampanja „Međimurje daje više“ - Turistička zajednica Međimurske županije je u suradnji s Toplicama Sveti Martin i 50-ak partnera iz javnog i komercijalnog sektora pokrenula kampanju pod sloganom „MEĐIMURJE DAJE VIŠE!“. Kampanja u trajanju od 15. lipnja do 15. rujna, pokrenuta je s ciljem da se u navedenom dijelu godine ostvari što bolji turistički promet koji je u velikoj mjeri narušen pandemijom „COVID 19“, te je ostavilo duboke posljedice na cjelokupni turistički sektor Međimurja
 - provedeno ažuriranje i obogaćivanje sadržaja destinacijskog web i web 2.0 portala

- **Realizirani izdaci:** od **327.284,55** odnose se na oglašavanje i izradu video materijala
- **Ostvareni rezultati:**
 - porastao broj posjeta na www.visitmedimurje.com od **22%** u odnosu na 2019.g.
 - porastao broj „prijatelja“ na Facebook stranicama <https://hr-hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije> za **8 %** u odnosu na 2019.g.
 - Procjenjujemo da je ukupna tržišna vrijednost PRa- online komunikacija iznosila preko 2 milijun kuna

4.3.3.2. Offline komunikacije

Planirani ciljevi bili su:

- porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
- porast PR objava za 10% u odnosu na 2019.g.

➤ **Provedene aktivnosti:**

- provedena je promotivna kampanja „Međimurje daje“ više u suradnji s HTZ-om
- **Realizirani izdaci:** od **909.328,50** kn odnose se na offline promotivnu kampanju na HR radiju, RTL televiziji, nabavu promotivnih materijala, implementaciju brenda
- **Ostvareni rezultati offline oglašavanja:** Procijenjena PR vrijednost objavljenih priloga je preko 3 milijuna kuna.

- Za potrebe komunikacije i promocije s potencijalnim turistima na sajmovima i drugim promotivnim aktivnostima nabavljeni su i distribuirani promotivni materijali:

Specifikacija nabavljenih i distribuiranih tiskanih, multimedijalnih i drugih promomaterijala

Rb.	Vrsta promomaterijala	Jedinica mjere	Količina
1	Knjižica	Kom	1
2	Brošura 'U pokretu'	Kom	780
3	Zahvalnice i okviri	kom	35
4	Pozivnice i kuverte	kom	270
5	Letak	kom	2.580
6	Rokovnik	kom	50
7	Turistička karta Međimurja	kom	9.000
8	USB memorija	kom	320
9	Kemijske olovke	kom	500
10	Cekeri	kom	120

11	Blok kuponi	kom	15.002
12	Vizuali s grafikom	kom	15
13	Vrećice papirnate s ručkom	kom	500
14	Šalice keramičke	kom	300

- **Realizirani izdaci za nabavu promotivnih materijala: 206.020,00 kuna**
- **Ostvareni rezultati tržišnih komunikacija:**
 - porasla je vidljivost MŽ kao turističke destinacije što se posljedično očituje kroz povećanje broja jedinstvenih posjeta na web portal visitmedimurje.com za **22%** u odnosu na 2019.g.
 - porastao broj PR (medijskih besplatnih) objava za 10% u odnosu na 2019.g.
 - osigurana je dovoljna količina promotivnih materijala za sajamske, prezentacijske nastupe te potrebe turističkih info centara i gospodarskih subjekata u MŽ.
 - procjenjujemo da je ukupna tržišna vrijednost offline i online komunikacija iznosila preko **5 milijuna** kuna što je 10 puta više nego što je utrošeno u plaćene oglase.

4.3.4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

4.3.4.1. Sajmovi i posebne prezentacije

- **Planirani cilj** bili su:
 - porast vidljivosti turističkih proizvoda MŽ na domaćem i stranom tržištu
 - direktna promocija na ciljanim tržištima
- **Provedene su aktivnosti:** u suradnji zainteresiranim gospodarskim subjektima i partnerskim turističkim zajednicama organizirani su nastupi na:

Specifikacija realiziranih sajamskih nastupa u 2020.

Rd.br.	Sajam	Datum	Mjesto
1.	IMT 2020 Exhibition	09.-13.02.2020.	Tel Aviv, Izrael

Specifikacija realiziranih posebnih prezentacija

Rb.	Naziv	Vrijeme održavanja	Napomena
1.	Otvaranje izložbe „Hrvatska od osamostaljenja do danas“ Zürich, Švicarska	30.01. – 01.02.2020.	Prezentacija turisticke ponude Međimurja u sklopu predstavljanja Međimurske županije

2.	B2B radionica	25.02.- 01.03.2020	Prezentacija u sklopu projekta Muzej nematerijalne kulturne baštine
----	---------------	-----------------------	---

- **Realizirani izdaci:** od **52.524,92** kn odnose se na najam i uređenje prostora, troškove putovanja i transporta, intelektualne usluge, ugostiteljske usluge i potrošne materijale.
- **Ostvareni rezultati:**
 - ostvareni direktni kontakti s preko 50.000 potencijalnih gostiju, novinara, agencija i drugih turističkih djelatnika na domaćem i inozemnim tržištima.
 - porast prepoznatljivost turističkog proizvoda Međimurja

4.3.4.2. Studijska putovanja novinara

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - promocija turističkog proizvoda destinacije
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i inozemnom tržištu
- **Provedene su aktivnosti:** u suradnji s GU HTZ-a, a u skladu sa Pravilima za studijska putovanja novinara realizirani su programi domaće i inozemne novinare i putničke agencije.

Specifikacija realiziranih programa studijskih putovanja novinara i agenata

Rb	Naziv medija	Datum	Broj osoba	Zemlja
1.	Talijanska novinarka	18.-22.08.2020.	1	Italija
2.	Hrvatski novinari: RTL digital, Hrvatski radio 2 program, Nova TV, HTV, Media servis, Večernji list, Jutarnji list, 24 sata, Glas istre, portali:	Siječnja-prosinac 2020.	22	Hrvatska

- **Realizirani izdaci:** od **35.574,29** odnose se na intelektualne i ugostiteljske i smještajne usluge
- **Ostvareni rezultati:**
 - objavljeni su promotivni članci o destinaciji u procijenjenoj vrijednosti od preko 1 milijun kn
 - Porasla vidljivost i prepoznatljivost Međimurja kao turističke destinacije

4.3.5. INTERNI MARKETING

- **Planirani ciljevi:**
 - porast educiranosti predstavnika Tijela TZMŽ
 - upoznavanje i umrežavanje s turističkim destinacijama koje mogu biti primjer dobre prakse
- **Realizirani izdaci:** troškovi su sadržani u točki 4.3.2.1.

- **Ostvareni rezultati:** porastao nivo educiranosti ponuđača turističkih usluga i JLS-a

4.3.6. KOORDINACIJA I NADZOR

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - osigurati zakonitost rada sustava TZ u MŽ
 - poboljšati kvalitetu rada TZ-a općina i gradova
- **Provedene su aktivnosti:** u skladu sa zakonskim obvezama tijekom godine organizirane su koordinacije rada sustava TZ i provođen nadzoru zakonitosti rada sustava turističkih zajednica općina i gradova. Održane su tri sjednice koordinacije na kojima se raspravljalo o: međusobnoj koordinaciji aktivnosti funkcionalnog marketing, izvršavanju ciljeva rada TZO/G, naplati zakonskih prihoda, TZO/G su pismenim putem dostavljati godišnje programe rada, godišnja izvješća o izvršenju programa rada i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju. O djelovanju koordinacije vodili su se zapisnici .
- **Realizirani izdaci** uključeni su u okviru poglavlja Rad ureda.
- **Ostvareni rezultati:** TZ-i općina i gradova radili su u skladu s zakonskim obvezama , povećana je kvaliteta rada TZ - općina i gradova

4.3.7. POTPORE TURISTIČKIM DOGAĐANJIMA

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude pojedine uže ili šire, destinacije i Međimurja u cjelini,
 - razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje boravka gostiju u destinaciji,
 - povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa,
 - jačanju snage brenda međimorskog turizma,
 - stvaranju prepoznatljivog imidža međimorskog turizma.
- **Provedene su aktivnosti:**
 - 25.02.2020.g. objavljen je Javni poziv za potpore manifestacijama . Natječaj za manifestacije je poništen je uslijed pandemije korona virusa(COVID-19). Manifestacijama koje su se održale djelomično su sufinancirani troškovi.
- **Realizirani izdaci:** u visini **21.500,00** kuna odnose se na transfere organizatorima turističkih događanja koja su se održala u 2020. godini

V. IZVRŠENJE FINACIJSKOG PLANA TZMŽ ZA 2019.g.**PRIHODI**

MJESTO PRIHODA	KONTO	OPIS	PLAN 2020.	IZVRŠENJE	INDEKS 6/5	% U STRUKTURI
1	2	3	5	6	7	8
1	321	Turističke članarina	200.000,00	262.674,64	131	7,81
2	331	Boravišna pristojba	180.000,00	140.205,10	78	4,17
3	351	Potpore Međimurske županije	1.500.000,00	965.852,55	64	28,73
4	352	Sufinanciranje projekata iz EU fondova	4.231.000,00	1.514.912,00	36	45,06
6	353	Potpore od HTZ -a	1.000.000,00	464.910,64	46	13,83
7	341+361	Ostali prihodi	1.000,00	13.354,69	1.335	0,40
PRIHODI U 2020.			7.112.000,00	3.361.909,62	47	100,00
VIŠAK PRIHODA IZ PRET. RAZDOBLJA			0,00	0,00	0	0,00
SVEUKUPNO PRIHODI			7.112.000,00	3.361.909,62	47	100,00

RASHODI

MJESTO PRIHODA	KONTO	OPIS	PLAN 2020.	IZVRŠENJE	INDEKS 6/5	% U STRUKTURI
1	2	3	5	6	7	8
I		ADMINISTRATIVNI RASHODI	335.000,00	304.980,11	91	9,75
		Rashodi za zaposlene	136.000,00	142.551,34	105	4,56
	411	Bruto plaća	91.000,00	92.511,26	102	2,96
	421	Troškovi putovanja	5.000,00	5.573,96	111	0,18
	412	Ostali rashodi za zaposlene	40.000,00	44.466,12	111	1,42
		Rashodi za usluge	119.000,00	137.852,82	116	4,41
	4251	Komunikacijske usluge	12.000,00	11.182,01	93	0,36
	4257	Knjigovodstvene i bilježničke usluge	30.000,00	24.000,00	80	0,77
	4257	Usluge stručnjaka za javnu nabavu	15.000,00	17.105,68	114	0,55
	4252	Usluge održavanja uredske opreme	2.000,00	4.688,00	234	0,15
	4253	Oglašavanje javne nabave u NN	7.000,00	6.163,13	88	0,20
	4257	Troškovi revizije	20.000,00	15.625,00	78	0,50
	4254	Komunalne usluge	0,00	1.314,32	0	0,04
	42552	Najam pokretnih stvari	0,00	1.895,84	0	0,06
	42530	Usluge promidžbe i informiranja	0,00	11.250,00	0	0,36
	42210	Kamate po kreditima	0,00	2.224,99	0	0,07
	42571	Usluga ocjenjivanja projekata	0,00	3.850,00	0	0,12
1	4259	Ostale usluge	0,00	2.741,53	0	0,09
	4431	Bankarske i javno b. usluge i naknade	8.000,00	8.872,31	111	0,28
	42553	Lizing službenog automobila	25.000,00	25.111,62	100	0,80
	4257	Troškovi za rad po ugovoru	0,00	1.828,39	0	0,06
		Rashodi za materijal	65.000,00	22.095,55	34	0,71
	4261	Uredski materijal	2.000,00	1.342,83	67	0,04
	4264	Nabava sitnog inventara	5.000,00	2.412,50	48	0,08
	221	Nabava IT opreme	20.000,00	0,00	0	0,00
	4291	Premije osiguranja	5.000,00	3.484,26	70	0,11
	4295	Takse i pristojbe	0,00	1.790,00	0	0,06
	4293	Članarine	0,00	116,00	0	0,00
	4292	Reprezentacija ureda	3.000,00	4.407,40	147	0,14
	4263	Energija i komunalne usluge	20.000,00	2.164,67	11	0,07
	4263	Gume i održavanje sl. auta	8.000,00	0,00	0	0,00
	4261	Potrošni materijal začišćenje	2.000,00	607,71	30	0,02
	4261	Ostali materijalni rashodi	0,00	1.415,74	0	0,05
	4624	Ostali nespomenuti rashodi	0,00	4.354,44	0	0,14
2		Naknade za rad tijela i volontera	15.000,00	2.480,40	17	0,08
	422	Troškovi rada tijela	10.000,00	0,00	0	0,00
	424	Doprinosi za MIO stažista	5.000,00	2.480,40	50	0,08

II		DIZAJN VRIJEDNOSTI	3.324.500,00	466.074,85	14	14,89
3		UPRAVLJANJE DESTINACIJOM	350.000,00	68.089,35	19	2,18
	421	Troškovi putovanja	50.000,00	200,00	0	0,01
	4511	Potpora radu Društvu turističkih vodiča	5.000,00	6.900,00	138	0,22
	4511	Transferi za potpore	0,00	16.172,00	0	0,52
	4511	Potpora radu Udruge turizma i ugostitelj.	5.000,00	0,00	0	0,00
	4293	Članarine u UNWTO i EDEN	20.000,00	19.017,35	95	0,61
	4257	Benchmarking za DMO	50.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Uvođenje labela kvalitete priv. smještaja	50.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Edukacija za DMO	50.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Uvođenje labela Green detination	50.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Porvedba istraživanja ETIS	0,00	25.800,00	0	0,82
	4257	Potpora strateškom planiranju TZ-a	70.000,00	0,00	0	0,00
			PROGRAM VOLIM MEĐIMURJE	0,00	6.850,00	0
	4259	Glazbeni i animacijski program	0,00	2.500,00	0	0,08
	4292	Reprezentacija	0,00	4.350,00	0	0,14
4		PROGRAM CYCLIST WELCOM	747.000,00	224.280,50	30	7,17
41		UPRAVLJANJE I ODRŽAVANJE CWM MREŽE	128.000,00	8.276,00	6	0,26
	4252	Održavanje bike infrastrukture	30.000,00	8.276,00	28	0,26
	421	Troškovi putovanja	3.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Godišnja evaluacija članova CWQ mreže	20.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Edukacija članova CWM mreže	50.000,00	0,00	0	0,00
		Uređenje bike odmorišta	10.000,00	0,00	0	0,00
	4258	Ažuriranje web stranice i smp app	15.000,00	0,00	0	0,00
42		PROJEKT EU CIAN 2	0,00	18.750,00	0	0,60
	426	Sitni inventar u upotrebi	0,00	18.750,00	0	0,60
43		PROJEKT EU INTERREG AMAZON OF EUROPE	619.000,00	197.254,50	32	6,30
	411	Bruto plaća voditelja projekta	114.000,00	116.222,72	102	3,71
	4211	Troškovi putovanja	7.000,00	2.000,00	29	0,06
	4261	Uredski materijal i režije	17.800,00	17.211,78	97	0,55
	4257	Izrada Komunikacijske strategije	2.600,00	0,00	0	0,00
	4257	Izrada Marketing plana	3.400,00	0,00	0	0,00
	4257	Promocija (offline i online)	44.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Organizacija promotivnih evenata	23.200,00	0,00	0	0,00
	4257	Izrada elaborata za označavanje rute	40.000,00	37.500,00	94	1,20
	4257	Strategija i koncept za organ. model	13.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Razvoj proizvoda i implementacija	6.500,00	0,00	0	0,00
	4227	Razvoj i implementacija booking sustava	1.500,00	0,00	0	0,00
	4257	Implementacija standarda rute	22.300,00	0,00	0	0,00
	4257	Prirodno orijentirano posjećivanje i map.	16.700,00	0,00	0	0,00
	4257	Treninzi za cert. pružatelje usluga	59.000,00	0,00	0	0,00

	261	Implementacija rute - znakovi, odmorišta	248.000,00	0,00	0	0,00
	4292	Reprezentacija	0,00	24.320,00	0	0,78
44		PROJEKT EU INTERREG AMAZING AoE	0,00	98.959,49	0	3,16
	411	Bruto plaća voditelja projekta	0,00	88.270,88	0	2,82
	426190	Administrativni rashodi	0,00	10.688,91	0	0,34
5		PROGRAM MEĐIMURSKI GURMAN	320.000,00	0,00	0	0,00
	421	Troškovi putovanja	20.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Izrada Operativnog plana razvoja enogast	80.000,00	0,00	0	0,00
	4293	Članarina UNWTO	0,00	0,00	0	0,00
	4257	Suorganizacija enogastro evenata	100.000,00	0,00	0	0,00
	4255	Najam opreme	10.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Evaluacija kvalitete Međimurski gurman	30.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Uvođenje labela Zeleni gurman	20.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Provođenje programa edukacije	50.000,00	0,00	0	0,00
	4292	Ugostiteljske usluge	10.000,00	0,00	0	0,00
7		PROGRAM MEĐIMURJE U POKRETU	10.000,00	0,00	0	0,00
	0227	Sufinanciranje označavanja štetačkih staza	10.000,00	0,00	0	0,00
9		PROGRAM EKOMUZEJ MEĐIMURJE MALO	1.897.500,00	166.855,00	9	5,33
91		PROJEKT USPOSTAVA EMM	320.000,00	6.645,64	2	0,21
	4257	Rashodi za usluge	70.000,00	5.500,72	8	0,18
	4257	Opremanje ekomuzeja	100.000,00	0,00	0	0,00
	42640	Organizacija ekomuzeja	150.000,00	1.144,92	1	0,04
94		EU K.K. PROJEKT RIZNICA MEĐIMURJA	1.577.500,00	42.043,08	3	1,34
	411	Bruto plaća voditelja projekta	63.000,00	12.543,08	20	0,40
	4257	PR aktivnosti	2.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Izdavanje promo materijala	973.000,00	0,00	0	0,00
	4259	Organizacija nastupa na sajmovima i B2B	94.500,00	29.500,00	31	0,94
	4257	Oglašavanje	300.000,00	0,00	0	0,00
		Edukacija animatora kulturnog turizma	45.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Održavanje weba i izrada smph app.	100.000,00	0,00	0	0,00
95		EU K.K. MED DVEMI VODAMI	772.000,00	118.166,28	15	3,78
	411	Bruto plaća voditelja projekta	63.000,00	40.791,28	65	1,30
	4261	Uredski materijal i režije	3.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Oglašavanje	300.000,00	0,00	0	0,00
	4261	Izdavanje promomaterijala	100.000,00	77.375,00	77	2,47
	4257	Studijsko putovanje novinara	46.000,00	0,00	0	0,00
	0227	Postavljanje smeđe signalizacije	110.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Sajmovi i posebne prezentacije	150.000,00	0,00	0	0,00

III		KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1.618.236,00	1.236.613,05	76	39,52
10		Online komunikacije	720.000,00	327.284,55	45	10,46
	4253	Online promotivna kampanja	500.000,00	314.213,30	63	10,04
	4261	Materijal za promidžbu	0,00	9.875,00	0	0,32
	4258	Upravljanje Destinacijskim info sustavom	70.000,00	0,00	0	0,00
	42640	Sitni inventar u upotrebi	0,00	3.196,25	0	0,10
	4258	Redizajn web stranica	150.000,00	0,00	0	0,00
11		Offline komunikacije	898.236,00	909.328,50	101	29,06
	4253	Offline promotivna kampanja	698.236,00	701.048,50	99	22,40
	4261	Nabava promotivnih materijala	200.000,00	206.020,00	103	6,58
	4261	Ostali materijalni rashodi	0,00	1.135,00	0	0,04
	4292	Sitni inventar u upotrebi	0,00	1.125,00	0	0,04
IV		DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	355.000,00	88.099,21	25	2,82
12		Sajmovi i posebne prezentacije	250.000,00	52.524,92	21	1,68
	421	Troškovi putovanja	70.000,00	14.686,95	21	0,47
	4222	Naknade članovima predstavničkih i izvršnih tijela	0,00	1.468,12	0	0,05
	4259	Rashodi za usluge	0,00	18.748,00	0	0,60
	4263	Rashodi za materijal i energiju	0,00	2.964,64	0	0,09
	4292	Reprezentacija	0,00	3.132,65	0	0,10
	4294	Kotizacije	0,00	11.170,41	0	0,36
	4432	Ostali financijski rashodi	0,00	354,15	0	0,01
	4259	Uređenje štandova	50.000,00	0,00	0	0,00
	4255	Najamine prostora	40.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Intelektualne usluge	50.000,00	0,00	0	0,00
	4292	Ugostiteljske usluge	40.000,00	0,00	0	0,00
13		Studijska putovanja novinara i agenata	105.000,00	35.574,29	34	1,14
	4257	Usluge vođenja	5.000,00	700,00	14	0,02
	424	Službena putovanja	0,00	7.887,35	0	0,25
	4263	Rashodi za materijal i energiju	0,00	366,96	0	0,01
	4259	Ostale usluge	0,00	4.225,00	0	0,14
	4292	Ugostiteljske i smještajne usluge	100.000,00	22.394,98	22	0,72
V		POTPORE	250.000,00	21.500,00	9	0,69
15	4511	POTPORE MANIFESTACIJAMA	250.000,00	21.500,00	9	0,69
		RASHODI TEKUĆE GODINE 2020.	5.882.736,00	2.194.280,26	37	70,12
VI		AMORTIZACIJA	1.229.264,00	695.534,50	57	22,23
VII		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ 2019.G.	0,00	239.521,00	0	7,65
		SVEUKUPNO RASHODI	7.112.000,00	3.129.335,76	44	100,00
VIII		VIŠAK PRIHODA	0,00	232.573,90		

VI. ZAVRŠNE ODREDBE

- Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije (NN 122/20) Skupština Turističke zajednice Međimurske županije prihvatila je na 02. sjednici održanoj 30. ožujka 2021. godine Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2020.g.
- Višak prihoda u iznosu od 232.573,90 prenosi se u prihode naredne godine i koristiti će se za provedbu marketinških aktivnosti u okviru Programa rada za 2021.g.
- Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2020.g. će se objaviti na web stranicama TZMŽ u roku osam dana od usvanjanja.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec mag.ing.



Broj: 48-2/21

U Čakovcu, 30. ožujka 2021.g.