

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
I FINANCIJSKOG PLANA
TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE
ZA 2019. 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 | 9 |
| 3.4. Konkurentska pozicija Međimurske županije..... | 11 |
| 4. Izvršenje marketing plana TZMŽ za 2019.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 | 18 |
| 4.3.4. Distribucija i prodaja | 20 |
| 4.3.5. Interni marketing | 24 |
| 4.3.6. Koordinacija i nadzor | 24 |
| 4.3.7. Potpore manifestacijama | 24 |
| 5. Izvršenje financijskog plana TZMŽ za 2019.g. | 25 |
| 6. Završne odredbe | 26 |

1. Uvod

Skupština turističke zajednice Međimurske županije je temeljem članak 17. Statuta TZMŽ na svojoj 2. sjednici održanoj 19.12.2018. godine usvojila je Program rada s financijskim planom TZMŽ za 2019. godinu, a temeljem članka 54. Statuta na 04. sjednici Skupštine TZMŽ održanoj 13.12.2019. prihvaćen je Rebalans financijskog plana za 2019.g.

Temeljem obveza proizašlih iz Zakona o turističkim zajednicama i promociji Hrvatskog turizma (NN 122/08) te Statuta Turističke zajednice Međimurske županije, Ured turističke zajednice Međimurske županije u suradnji sa Predsjednikom i Zamjenicom predsjednika TZMŽ sačinio je

Izvešće o izvršenju Plana rada i financijskog plana TZMŽ za 2019. 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 05. sjednici održanoj 31.03.2020. usvojilo i predlaže ga kao takvo na usvajanje Skupštini Turističke zajednice Međimurske županije.

2. ANALIZE INTERNOG OKRUŽENJA ¹

2.1. Turistička atrakcijska osnova

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/<i>trekking</i> 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 **31.12.2019.** godine poslovala su **103** smještajna objekta s ukupno **746** smještajne jedinice i **1773** ležaja. Broj smještajnih objekata povećan je za **14%** u odnosu na 2018.g. Navedeni rast se odnosi pretežito na kategorije kuća za odmor i apartmana. U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju **hoteli (9) s 356** smještajnih jedinica i **724** ležaja. U odnosu na 2018. godinu, ukupan smještajni kapacitet povećan je za **24** smještajne jedinice odnosno **82** ležaja.

Lidersku poziciju prema broju smještajnih jedinica i postelja ima, sukladno podacima iz prosinca 2019. godine, Sveti Martin na Muri koji raspolaže s kapacitetom od 316 smještajnih jedinica i 748 osnovna ležaja. Dominantni oblik smještaja u toj destinaciji čini kompleks s hotelom od 151 sobe i 6 apartmana te dodatnim 101 apartmanom, a smještaj je organiziran i u 32 kućanstva s ukupno 159 smještajne jedinice. Slijedi Čakovec sa 212 smještajnih jedinica i 519 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 Državnog ureda za gospodarstvo 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 Spa Golfer i Apartmani Regina), dio je Life Class grupacije i 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 8,7/10 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 7,7/10. Hotel Panorama u Prelogu diferencira se lokacijom uz jezero Dubrava te vanjskim i unutarnjim sportskim terenima. Ocjena 8,7/10 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 8,5),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 (12 kućanstva s 62 stalnih ležajeva), Nedelišću (5 kućanstva s 40 stalne postelje), Čakovcu (12 kućanstva s 60 stalnih postelja), Svetom Juraju na Bregu (7 gospodarstva s 35 stalne postelje) te u Svetom Martinu na Muri (31 kućanstvo s 114 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 Stela sa 1 smještajnom jedinicom i 12 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 Službe za gospodarstvo i imovinsko-pravne poslove Ureda državne uprave u Međimurskoj županiji, krajem 2019. godine na području Županije ukupno je djelovalo **409** objekata izvan smještajnog ugostiteljstva, od čega 290 objekta usmjerena samo na usluživanje pića (caffè barovi, kavane i slični objekti) te oko 96 objekta koji nude i hranu i piće, od čega **27** restorana. 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 povezanost 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.

| | Županija | Čakovec | Nedelišće | Prelog | Mursko Središće | Sv. Martin na Muri |
|--|------------|------------|-----------|-----------|-----------------|--------------------|
| Restoran | 27 | 9 | 2 | 3 | 1 | 3 |
| Bistro, pizzeria, grill, pivnica, gostionica, krčma | 41 | 12 | 6 | 6 | 1 | 2 |
| Caffe-bar, kavana | 268 | 79 | 9 | 48 | 12 | 8 |
| Ostalo | 34 | 17 | 2 | 2 | 3 | 0 |
| Ukupno | 370 | 117 | 19 | 59 | 17 | 13 |

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. Procjenjuje se, da se kroz godinu održalo 40-ak važnijih manifestacija, koje prema procjeni organizatora posjećuje ukupno oko 450 000 tisuća posjetitelja. Sukladno podacima Službe za gospodarstvo i imovinsko-pravne poslove Ureda državne uprave u Međimurskoj županiji na području Međimurske županije djeluje deset turističkih agencija s 12 poslovnica, a registrirano je i 125 turističkih vodiča. Agencija 'Etno art travel' 2014. godine odabrana je od TZ Međimurske županije kao destinacijska menadžment kompanija (DMC) te

u tom svojstvu razvija i organizira velik broj višednevnih i jednodnevnih programa iz domene enogastro, kulturnog, aktivnog, wellness i zdravstvenog odmora. Programi se nude na web portalu www.visitmedimurje.com, a dijelom i na internet stranicama agencije <http://www.etnoart-travel.com>. Ostale agencije u najvećoj su mjeri orijentirane na organiziranje i posredovanje putovanja izvan Međimurja. Na području županije uspostavljeno je sedam info centara koji, samostalno ili u suradnji sa suradničkim institucijama, djeluju pri turističkim zajednicama: TZ Međimurje, TZ Čakovec, TZ Mursko Središće, TZ Nedelišće, TZ Prelog, TZ Štrigova, TZ Sveti Martin na Muri. Na području Županije djeluje i Centar za posjetitelje – Križovec kojeg vodi Javna ustanova za zaštitu prirode Međimurska priroda.

2.3. Performanse turističkog sektora

U 2019. godini na području Županije ostvareno je **200.929** noćenja što je **6%** više nego 2018.g., te 82.914 dolazaka što je **8% više** u odnosu na 2018.g. Gosti su prosječno boravili **2,42** dana.

Tablica 2.3. Registrirana noćenja 2015.-2019. po turističkim zajednicama

| Turistička zajednica općine / grada | Godina | | | | | % u strukturi 2019. | Indeks 2019/2015 |
|---|---------|---------|---------|----------------|----------------|---------------------------|---------------------|
| | 2015 | 2016. | 2017. | 2018. | 2019. | | |
| Sveti Martin na Muri | 89.306 | 108.396 | 130.642 | 142.660 | 147.380 | 73,35% | 169 |
| Čakovec | 14.877 | 16.623 | 15.017 | 20.975 | 26.309 | 13,09% | 125 |
| Prelog | 8.584 | 7.157 | 7.667 | 7.857 | 8.131 | 4,05% | 114 |
| Nedelišće | 4.982 | 5.498 | 6.288 | 6.457 | 4.881 | 2,43% | 113 |
| Mursko Središće | 0 | 1.143 | 150 | 117 | 62 | 0,03% | 0 |
| Štrigova | 1.420 | 1.188 | 1.725 | 1.963 | 2.384 | 1,19% | 321 |
| Općine bez TZ: Sveti Juraj na Bregu, Donji Kraljevec, Donji Vidovec | 1.760 | 7.673 | 7.999 | 9.779 | 11.782 | 5,86% | 189 |
| Ukupno | 120.929 | 144.161 | 169.494 | 189.808 | 200.929 | 100 | 160 |

S obzirom na organizaciju dolaska 181.385 gostiju su bili individualni gosti, dok je 19.544 gostiju bilo u organizaciji agencija. Trend individualnog dolaska nastavljen je i u 2019. godini i rastao je po stopi od 4% u odnosu na 2018.g. Navedeno je pokazatelj da se gosti o destinaciji informiraju i rezervacije vrše sami preko e-maila ili telefonskim kontaktima.

Struktura gostiju prema zemlji porijekla

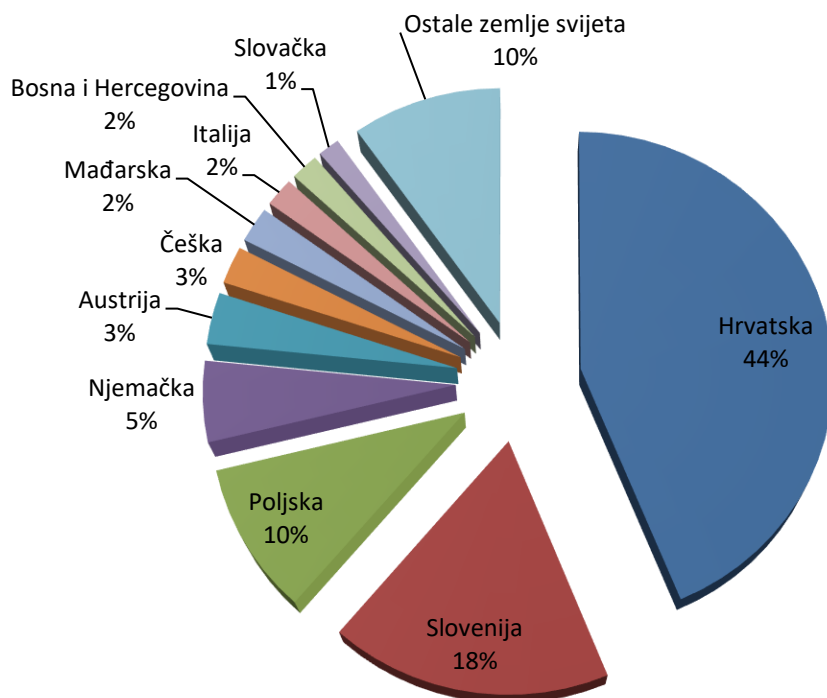
Državljeni Hrvatske ostvarili su u 2019. godini **43.79 %**, a turisti iz inozemstva **56.21%** noćenja .

Tablica 2.3.1 Registrirana noćenja u 2019.g. po zemljama porijekla turista

| Država | Broj noćenja |
|-----------------------|--------------|
| Hrvatska | 87.984 |
| Slovenija | 35.192 |
| Poljska | 19.935 |
| Njemačka | 10.778 |
| Austrija | 6.921 |
| Češka | 5.024 |
| Mađarska | 4.770 |
| Italija | 3.884 |
| Bosna i Hercegovina | 3.685 |
| Slovačka | 2.900 |
| Ostale zemlje svijeta | 19.856 |
| UKUPNO | 200.929 |

Izvor: eVizitor

Grafikon 2.3.1. Struktura noćenja prema zemlji porijekla u MŽ 2019.



3. ANALIZA TRŽIŠTA²

3.1. Kvantitativni trendovi i prognoze

UNWTO indeks povjerenja upućuje na nastavak pozitivnih kretanja turističke potražnje u 2018. godini nakon rasta ostvarenog u 2017. godini (rast međunarodnih dolazaka u Europi 5%). Aktualne kratkoročne procjene kretanja potražnje uklapaju se u dugoročne projekcije kretanja turističke potražnje prema kojima je opravdano u razdoblju od 2010. do 2030. godine opravdano očekivati rast potražnje po prosječnoj stopi od 3%, godišnje uz zadržavanje leaderske pozicije Europe u međunarodnim dolascima. Pri tome se procjenjuje se da će na području Europe razina sudjelovanja/sklonost odlaznim putovanjima i dalje biti najviša. Dugoročan rast međunarodnih dolazaka na područje Srednje i Istočne Europe prognozira se po stopi od 3,1% godišnje (UNWTO Tourism Towards 2030 Global Overview, 2011.). Dugoročne projekcije za Hrvatsku ukazuju na potencijal rasta noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima po stopi od 4,2% u razdoblju od 2011. do 2025. godine (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, NN 55/2013.).

Dugoročan rast turizma na globalnoj razini praćen je snažnim primjenama njegovih obilježja. Promjene gospodarskog, društvenog i tehnološkog, ali i političkog, okruženja nameću nove obrasce ponašanja koje je moguće prepoznati u svim ključnim odrednicama turističkog tržišta: ponudi, potražnji, upravljanju te marketingu. U segmentu potražnje u prvi plan se proces dijeljenja tržišta na brojne segmente povezane sa životnim ciklusom i stilom te interesima i hobijima. Kupci turističkih usluga općenito su sve iskusniji, informiraniji i kritičniji, okolišno su osviješteni te aktivni korisnici novih komunikacijskih tehnologija. Vrijednost za novac važan je element očekivanja turista, pri čemu proces okretanja postmaterijalističkim vrijednostima ekonomije doživljava i odražava težnju prema širokom i dubokom lancu zabavno-obrazovnih sadržaja. U međudodnosu s promjenama potražnje, izrazito značajne promjene događaju se i u sferi ponude pri čemu diversifikacija proizvoda kombinirana s nužnim produbljivanjem i proširivanjem lanca vrijednosti pojedinih proizvoda, a time i procesom destinacijske integracije svih sudionika/aktera kompleksnih turističkih doživljaja, određuju ključne kvalitativne trendove. Odgovarajući na nove društvene vrijednosti uvjetovane procesima globalizacije te pritiscima na okoliš, nezaobilazan element ponude turističkih usluga postaje primjena načela i procedura 'zelene prakse' i na razini destinacija i na razini pojedinih objekata te inzistiranje na poštivanju specifične 'slike' prostora i 'duha' lokalne zajednice u oblikovanju prostora i kreiranju ponude. Kvalitativne promjene ponude nameću i mijenjanje modela marketinga i upravljanja marketinške aktivnosti se usmjeravaju prema imidžu destinacija njegovanjem destinacijskog brenda te tehnikama preciznog ciljanja potencijalnih kupaca, posebice primjenom alata internet marketinga te modela fleksibilnih cijena. Upravljanje turizmom ulazi u fokus svih razvojnih dionika pri čemu održivost i dugoročan vremenski horizont postaju temeljna načela ponašanja, a partnerstvo i umrežavanje te certificiranje kvalitete ključni mehanizmi učinkovitog upravljanja destinacijama.

²Master plan razvoja turizma MŽ 2016-2020

3.2. Obilježja kvalitativnih trendova

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 |
| 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 punkтови

- 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 obilaske 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

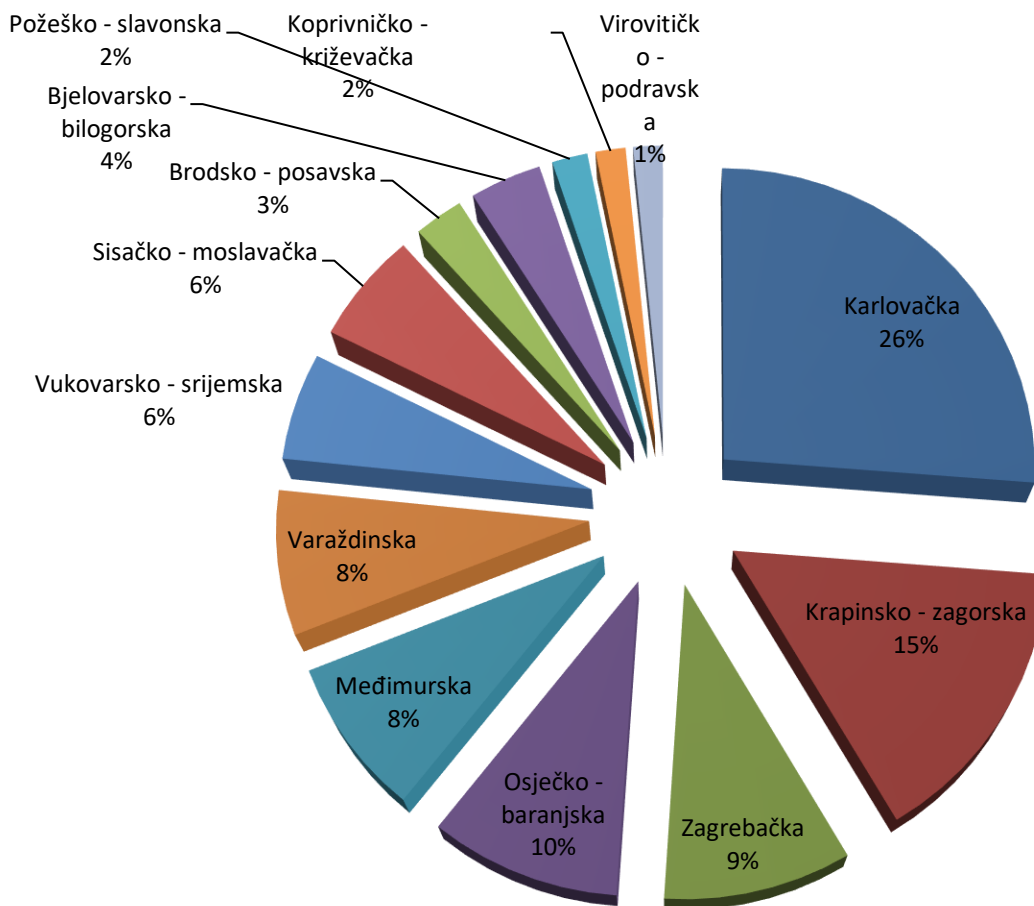
U komparaciji 13 „kontinentalnih županija“ Međimurska županija zauzima peto mjesto prema broju dolazaka, peto mjesto prema broju ostvarenih noćenja.

Tabela 3.3.1. Komparacija dolazaka i noćenja „kontinentalnih“ županija u 2019.g.

| ŽUPANIJA | 01.01.2019- 31.12.2019 | | 01.01.2018- 31.12.2018 | | Godišnji indeks | |
|--------------------------|---------------------------|----------------|---------------------------|----------------|-----------------|---------------|
| | Dolasci | Noćenja | Dolasci | Noćenja | Dolasci | Noćenja |
| Karlovačka | 366.208 | 638.107 | 355.364 | 621.312 | 103,19 | 102,94 |
| Krapinsko - zagorska | 176.828 | 373.392 | 159.150 | 348.388 | 110,68 | 106,94 |
| Zagrebačka | 139.788 | 229.910 | 100.415 | 202.287 | 113,80 | 111,33 |
| Osječko - baranjska | 111.134 | 234.018 | 123.008 | 204.969 | 108,66 | 111,69 |
| Međimurska | 82.909 | 200.929 | 76.984 | 189.808 | 107,21 | 105,45 |
| Varaždinska | 81.688 | 187.755 | 71.653 | 169.975 | 114,24 | 109,91 |
| Vukovarsko - srijemska | 82.136 | 140.483 | 82.588 | 141.604 | 100,02 | 101,72 |
| Sisačko - moslavačka | 41.770 | 146.653 | 40.105 | 120.427 | 98,43 | 96,23 |
| Brodsko - posavska | 37.810 | 64.399 | 35.145 | 59.774 | 106,55 | 107,63 |
| Bjelovarsko - bilogorska | 27.377 | 93.352 | 28.008 | 95.340 | 97,96 | 97,10 |
| Požeško - slavonska | 20.718 | 46.245 | 20.438 | 43.668 | 121,25 | 114,81 |
| Koprivničko - križevačka | 20.079 | 38.968 | 16.465 | 37.108 | 96,60 | 87,25 |
| Virovitičko - podravska | 15.341 | 38.194 | 16.033 | 40.276 | 92,71 | 96,64 |

Izvor: eVisitor HTZ

Grafikon 3.3.1. Struktura tržišnog udjela po kontinentalnim županijama 31.12.2019.g.



4. IZVRŠENJE MARKETING PLANA TZMŽ ZA 2019.g.

4.1. Ostvarenje ciljeva marketinške politike za 2019.g.

Ciljevi marketinške politike TZMŽ postavljeni u Programu rada za 2019. 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 2019.g. | <ul style="list-style-type: none"> – Povećanje broja registriranih noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima po prosječnoj stopi od 5% godišnje – Povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za ukupno 10 % – Povećanje prosječne dnevne potrošnje posjetitelja po prosječnoj stopi od 7% godišnje – Povećanje broja posjetitelja na www.visitmedimurje.com po prosječnoj stopi od 20% godišnje |

U 2019. godinu postignuti su sljedeći rezultati:

- povećan je obujam fizičkog turističkog prometa za 6% u broju dolazaka i 8% u broju noćenja u odnosu na 2018.g.
- udio broja noćenja inozemnih gostiju porastao je za 15% u odnosu na 2018.g.
- povećan je ukupan broj smještajnih jedinica za 26% u odnosu na 2018.g.

4.2. Ostvarivanje prihoda TZMŽ u 2019.g.

U 2019. godini ostvareno je ukupno **3.950.644,88** kuna prihoda što je 73 % u odnosu na prvobitni financijski plan odnosno 100% u odnosu na rebalans plana. Izvorni prihodi koje čine turistička članarina i boravišna pristojba ostvareni su u visini 387.007,78 kn što je u skladu s planom i čine 9.7% od ukupnih prihoda. Prihodi od potpore Međimurske županije ostvareni su u visini 1.523.355,92 kuna što je 102% u odnosu na prvobitni plan i činili su 38,56% u strukturi. Potpore od GU HTZ realizirane su u visini od 878.442,42 kn i činile su 22% u ukupnom prihodu. Sredstva od EU fondova realizirana su u visini 884.566,51 i činila su 22% u strukturi realiziranih prihoda. Ostali prihodi realizirani su u visini 280,66 kuna što čini 0,01% u strukturi ukupnih prihoda. 7% prihoda odnosi se na donos viška prihoda ostvarenog u prethodnim razdobljima. **Treba napomenuti da je najveće odstupanje realiziranih prihoda u odnosu na prvobitno planirane za 2019. godinu ostvareno kod prihoda od EU fondova koji su realizirani u visini od 34%. Razlika navedenih prihoda u nominalnom iznosu od 1.229.264,00 kn realizirati će se u 2021. godini te će se njima podmiriti obveze prenesene iz 2019.g.**

4.3. Ostvarivanje marketinških aktivnosti u 2018.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 J.B. Ječaića 22E koja je uređena i opremljena potrebnom informatičkom opremom i uredskim namještajem u sklopu projekta Attractoru Interreg HUIR. Početkom godine putem lizinga nabavljeno je službeno vozilo Škoda Octavia karavan. 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 **368.088,30** 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 2018.g.
- **Provedene aktivnosti :** Tijekom 2019. godine održane su :
 - 3 sjednice Turističkog vijeća TZMŽ
 - 2 redovne sjednice Skupštine
 - 2 sjednice Nadzornog odbora
- **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 2019.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 turističkim zajednicama općina i gradova
 - poticanje kvalitete ponude i praćenje zadovoljstva gostiju
- **Provedene su aktivnosti:**
 - koordinacija postojećih klubova kvalitete: bike i smještaj Cyclistwelcome, restorateri: Međimurski gurman
 - potpora u kreiranju i distribuciji turističkih paketa DMC-u „Etno arttravel“
- **Realizirani su izdaci - 15.101,98** kn odnose se na troškove putovanja i potpore radu Društvu turističkih vodiča
- **Ostvareni rezultati:**
 - uspostavljen i koordiniran planirani broj klubova kvalitete,
 - porasla je razina znanja i vještina ponuditelja turističkih usluga na području MŽ
 - ojačani su kapaciteti destinacijske menadžment kompanije
 - 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 2018.g.
- **Provedene su aktivnosti :**
 - izrada natječajne dokumentacije za Javni poziv Min. Turizma i vođenje procesa provedbe projekta Unapređenje Cyclist Welcom cikloturističke mreže u MŽ.
 - unapređivanje labela „Međimurje Cyclist Welcome“ jačanje i širenje labela i standarda kvalitete MCW u Međimurju provedbom godišnje evaluacije članova te u Hrvatskoj putem edukacije ponuđača usluga prijenosom iskustva u Varaždinsku i Zagrebačku županiju.
- **Realizirani izdaci: 45.523,50** odnose se na uređenje bike odmorišta, evaluaciju članova CWQ
- **Ostvareni rezultati:** porastao je imidž MŽ kao jedne od vodećih bike destinacija kontinentalne Hrvatske te broj cikloturista za oko 10% u odnosu na prethodnu godinu.

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

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - podići kvalitetu cikloturističkih usluga i bike infrastrukture u prekograničnom području.
 - povećati broj cikloturističkih gostiju za 10% u odnosu na 2018.g. Projekt je započeo 2017. godine u partnerstvu: grada Nagykanizse, Općine Štrigova i Županijske uprave za ceste Međimurske. Projekt završava u svibnju 2019.g.
- **Provedene su aktivnosti :**
 - izrađeni su zajednički HR-HU marketinški i planski dokumenti daljnog razvoja prekograničnog cikloturizma i nastupa na trećim tržištima
 - provedene su edukacijske radionice za pružatelje usluga namijenjenih cikloturistima te kontrolorima kvalitete za CW standard kvalitete
 - u standard kvalitete CWQ uključeno je 50 novih pružatelja usluga
 - izrađeni su cikloturistički paketi namijenjeni turističkom agencijama
 - uspostavljeno je zajedničko (HR-HU) kontrolno tijelo za nadzor standarda CWQ
 - organizirana je prekogranična bike manifestacija Mura bike 2019
 - provedene su promocije na biciklističkim eventima u inozemstvu (SI, D, I)
 - uspostavljen je CW bike help centar odnosno stalna besplatna telefonska linija
- **Realizirani izdaci: 1.012.109,36** kn odnose se na troškove: bruto plaća voditelja projekta, uredski materijal i režije, stručnjaka za javnu nabavu, usluge prevođenja, izradu mobilne aplikacije, promotivnu kampanju, nabavu promotivnim materijala, organizaciju

bike manifestacije, nastup na sajmovima, dizajn i tisak bike mape, nabavu bicons uređaja, nabava e bike, nabava punionice za e bike.

- **Ostvareni rezultati:** podignuta kvaliteta usluga ponuđača usluga, kvaliteta biciklističkih staza i odmorišta, Međimurje pozicionirano kao jedna od vodećih cikloturističkih destinacija u Hrvatskoj od stručne javnosti i turista

➤ **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
 - izrađena je gis mapa rute
- **Realizirani su izdaci** od **194.414,02** kn odnose se na bruto plaću i troškove putovanja zaposelnih na projektu, troškove putovanja, promocija, organizacija promotivnih evenata, socio ekonomska analiza tur. Potencijala, kontrola izvještaja.
- **Ostvareni rezultati:** izrađeni i usklađeni hodogram projektnih aktivnosti

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 2018.g
- **Provedene su aktivnosti:**
 - unapređivanje labela „Međimurski gurman“
 - unapređivanje i promocija labela: „Međimurje – EDEN za lokalnu gastronomiju“ – izrada promotivnog koncepta, označavanje objekata, oglašavanje
 - suorganizacija enogastronomskog evenata: Urbanovo 2019, promotivnih eveneta: Kajkavci u Lisinskom u Zagrebu,
 - učlanjenje Međimurja u UNWTO (Svjetska turistička organizacija) mrežu za gastronomiju
- **Realizirani izdaci:** od **78.475,18** kn odnose se na troškove putovanja, članarinu UNWTO, najam opreme, suorganizacija eventa, najam opreme za gurne evente, ugostiteljske usluge
- **Ostvareni rezultati:** U labelling sustav uključeno je 10 restorana kojima je povećana prepoznatljivost na nacionalnom turističkom tržištu, povećana je razina senzibiliziranost i educiranosti široke javnosti za međimursku tradicijsku kuhinju, povećana je prepoznatljivost Međimurja kao eno-gastro destinacije na domaćem i međunarodno tržištu. Učlanjenje Međimurja u UNWTO veliko je priznanje za Međimurje kao enogastro destinaciju ali i za ukupan turizam MŽ.

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
 - **EDEN**- TZMŽ se aktivno uključila u djelovanje nacionalne i europske EDEN mreže i u suradnji s GU HTZ promocija međimurskih EDEN destinacija Sv. Martina na Muri i Gornjeg Međimurja te je Općina Sveti Martin pobjednik u kategoriji najbolje wellness destinacije
 - **Suncokret ruralnog turizma** – u skladu s kriterijima kandidirani su i na nacionalnom nivou nagrađeni: Restoran „Terbotz“, manifestacija „Porcijunkulovo“, „Međimurski štacun“
 - **Svjetski dan turizma** - u suradnji sa sustavom Udrugom Međimurskih vodiča i gospodarskim subjektima obilježen je turističkim vođenjem u Gornjem i Donjem Međimurju
- **Realizirani izdaci:** od **59.162,83** 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

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:** izrada koncepta razvoja EMM
- **Realizirani izdaci:** **49.663,44** kn odnose se na izradu koncepta razvoja EMM

➤ **Projekt Attractour OP Interreg HUHR**

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - podizanje vidljivosti prekogranične kulturno-turističke zone
 - poboljšanje kvalitete kulturno-turističke ponude prekogranične regije
 - poboljšanje uvjeta rada Ureda TZMŽ
Provodi se u suradnji s partnerima: MŽ, REDEA, Grad Lentj (H). Projekt je počeo 2017. godine, a završava u travnju 2019.
- **Provedene aktivnosti:**
 - izrađeni su promotivni video materijali, dizajnirane i tiskane imidž brošure i mape, kreirane web podstranice projekta,
 - uspostavljen je Europski sustav turističkih pokazatelja ETIS (European Tourist Indicator Sistem), ETIS je alat za upravljanje, informiranje i praćenje koji je posebno namijenjen destinacijama u turizmu. Osmišljen je kao proces lokalnog vlasništva i vođen za prikupljanje i analizu podataka s cjelokupnim ciljem procjene utjecaja turizma na odredište. Specifični cilj ETIS-a je pridonijeti poboljšanju održivog upravljanja odredištima. Cilj mu je pomagati destinacijama i zainteresiranim stranama za mjerenje svojih procesa upravljanja održivosti, omogućujući im da nadziru svoje performanse i napredak tijekom vremena
 - aktivno sudjelovanje u svim infrastrukturnim radovima u vidu usmjeravanja i kontrole izvršenih građevinskih, obrtničkih radova i nabave opreme
- **Realizirani izdaci** od **143.378,58 kn** odnose se na bruto plaću voditelja projekta , troškove putovanja, uvođenje ETIS sustava, promocija FB kamoanja, najam prostora na sajmovima, uredski materijal i režije
- **Ostvareni rezultati:**
 - **povećana vidljivost prekogranične turističke zone ,**
 - **značajno poboljšani uvjeti za rad TZMŽ u novim prostoirma Međimurske palače turizma**

➤ **Projekt Buđenje Interreg SIHR**

- **Planirani ciljevi** bili su: razviti kulturno-turističke pakete na prekograničnom području Projekt je sufinanciran iz OP Interreg SIHR. Provodi se u suradnji s partnerima: Općina Goričan, Obćina Šentilj i Zavod za turizam Maribor (SI). Počeo je sredinom 2017. G. a završava u srpnju 2019.g.
- **Provedene aktivnosti:**
 - sudjelovanje u projektnim sastancima
 - kreiranje kulturno-turističkih paketa za novouspostavljene atrakcije na području Općine Goričan
 - organizacija pilot ture- cilj promocija novouspostavljenih atrakcija
- **Realizirani izdaci** od **207.067,29 kn** odnose se na bruto plaće zaposlenih na projektu i administrativne troškove, uredski materijal i režije, organizacija eventa, dukacija TZ Goričan, organizacija pilot ture
- **Ostvareni rezultati:** povećana vidljivost projektnog područja i turističke ponude

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

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - provedba integriranih marketinških aktivnostiProjekt je sufinanciran iz OP Konkurentnost i kohezija u partnerstvu MŽ, REDEA, Muzej Međimurja. Projekt je započeo u rujnu 2017. i traje do travnja 2020.
- **Provedene aktivnosti:**
 - izrađena je studija za provedbu Integriranih marketinških komunikacija.
 - organizirana dva studijska putovanja na primjere dobre prakse za članove projektnog tima
 - održana tiskovna konferencija na kojoj su predstavljeni novi brend „Riznica Međimurja“
 - organizacija nastupa na sajmovima u Riminiju, Londonu, Barceloni te B2B radionicama u Rimu, Pragu
- **Realizirani izdaci:** od **279.439,16 kn** odnose se na bruto plaću voditelja projekta, organizacija nastupa na sajmovima i B2B radionicama, oglašavanje, dnevnice i kotizacije
- **Ostvareni rezultati:**
 - kreiran je brend i marketinške konstante za budući muzej
 - poboljšano znanje članova projektnog tima o provedbi sličnih projekata
 - informirana javnost o tijeku projekta

➤ **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 travnju 2019.g.
- **Provedene aktivnosti:**
 - sudjelovanje na početnim koordinacijskim sastancima
 - sazrada hodograma projekta i jedinstvenog plana nabave
- **Realizirani izdaci:** od **43.350,52 kn** kn odnose se na dio plaće voditelja projekta
- **Ostvareni rezultati:** **izrađeni radni plan i plan nabave, pokrenute 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 2018.g. kao osnovnog alata e-marketinga TZMŽ
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
 - povećanje broja „prijatelja“ na Facebook stranicama [https://hr-facebook.com/TZMedimurskeZupanije](https://hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije) za 20% u odnosu na 2018.g.
 - unapređenje centralnog destinacijskog informacijskog sustava

- **Provedene su aktivnosti**
 - provedena cijelogodišnja GoogleAdWords kampanja za hrvatsko i slovensko tržište kroz objavu banera na web portalima,
 - provođeno ažuriranje i obogaćivanje sadržaja destinacijskog web i web 2.0 portala
 - upravljanje destinacijskim informacijskim sustavom (DIS) - proširivanje i osvježavanje baze podataka
 - **Realizirani izdaci:** od **212.245,16** online promotivnu kampanju, redizajn web stranice
 - **Ostvareni rezultati:**
 - porastao broj posjeta na www.visitmedimurje.com od **22%** u odnosu na 2018.g.
 - porastao broj „prijatelja“ na Facebook stranicama <https://hr-facebook.com/TZMedimurskeZupanije> za **8 %** u odnosu na 2018.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 2018.g.

➤ **Provedene aktivnosti:**

Udruženo oglašavanja u suradnji s GU HTZ i samostalno oglašavanje:

- provedena cjelogodišnja oglasna kampanja u suradnji s komercijalnim partnerima smještajni objekti: Toplice Sv. Martin, Hotel Park Čakovec, turističkim agencijama: Uniline Pula, B-travel Zagreb
- **Realizirani izdaci:** od **1.040.325,52** kn odnose se na offline promotivnu kampanju, 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 | Knjige | Kom | 40 |
| 2 | Brošura 'U pokretu' | Kom | 3.060 |
| 3 | Mape | kom | 1.000 |
| 4 | Suvenir 'Magnet bike' | kom | 1.000 |
| 5 | Letak | kom | 6.790 |
| 6 | Akreditacije | kom | 367 |
| 7 | Kuverta s dotiskom | kom | 70 |
| 8 | Originalni parfemi | kom | 21 |

- **Realizirani izdaci** za nabavu promotivnih materijala: **113.872,18kuna**
- **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 2018.g.
 - porastao broj PR (medijskih besplatnih) objava za 10% u odnosu na 2018.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 **4 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 2019..

| Rd.br. | Sajam | Datum | Mjesto |
|--------|-------------------------|--------------------|------------|
| 1. | Ferienmesse | 10.-13.01.2019. | Beč |
| 2. | Alpe Adria | 30.01.-02.02.2019. | Ljubljana |
| 3. | Freizeit Messe | 05.-06.04.2019. | Klagenfurt |
| 4. | Urbanovo | 15.-17.05.2019. | Štrigova |
| 5. | TTG Travel Experience | 09.-11.10.2019. | Rimini |
| 6. | WTM World Travel Market | 05.-07.2019 | London |
| 7. | I 'vigaitorre | 31.10.-03.11.2019. | Lugano |
| 8. | IBTM WORLD | 19.-21.11.2019. | Barcelona |

Specifikacija realiziranih posebnih prezentacija

| Rb. | Naziv | Mjesto održavanja | Vrijeme održavanja | Napomena |
|-----|----------------------|-------------------|--------------------|---|
| 1. | Kajkavci u Lisinskom | Zagreb | 29.03.2019 | Prezentacija enogastronomске i kulturne ponude |
| 2. | Poreč trophy race | Poreč | 09.03.2019. | Prezentacija projekta CIAN |
| 3. | Bike manifestacija | Eindhoven | 23.06.2019. | Prezentacija projekta CIAN |
| 4. | B2B radionica | Prag | 29.10.2019 | Prezentacija u sklopu projekta Muzej nematerijalne kulturne baštine |
| 5. | B2B radionica | Rim | 14.11.2019. | Prezentacija u sklopu projekta Muzej nematerijalne kulturne baštine |

- **Realizirani izdaci:** od **256.741,09** 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 i agenata

- **Panirani 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. | Belgijski i nizozemski novinari | 29.-30.11.2019, | 7 | Belgija, Nizozemska |
| 2. | Novinari iz zemalja Beneluksa | 07.-08.12.2019. | 10 | Belgija, Nizozemska, Luksemburg |
| 3. | Novinari iz Srbije | 07.-09.06. | 6 | Srbija |
| | UKUPNO: | | 23 | 6 ZEMALJA |

- **Realizirani izdaci:** od **101.877,68** 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

- **Panirani 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 četiri sjednice koordinacije (tromjesečno) 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

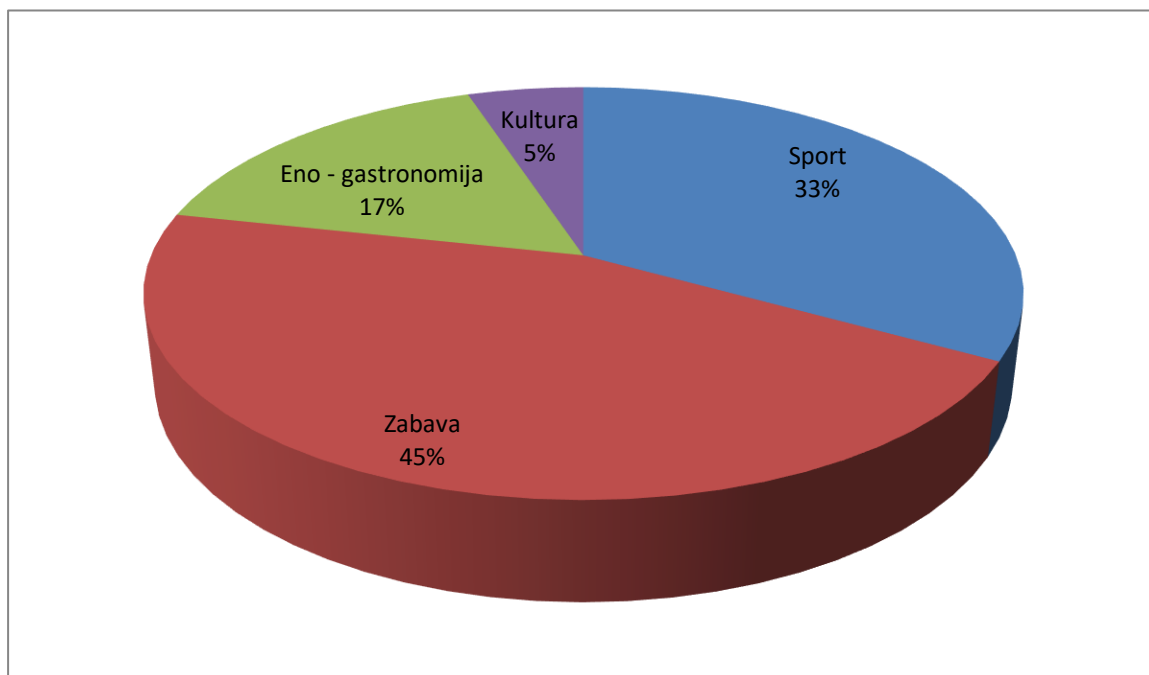
- radu i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju. O djelovanju koordinacije vodili su se zapisnici .
- **Realizirani izdaci** uključeni su u okviru poglavlja Rad ureda.
- **Ostvareni rezultati:** TZ-i općina i gradova radili su u skladu s zakonskim obvezama ,
- povećana 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:**
 - 01.03.2019.g. objavljen je Javni poziv za potpore manifestacijama . Na Javni poziv ukupno se prijavilo 16 manifestacija od čega je kriterije zadovoljilo svih 16. Za potpore je odobreno ukupno 179.000,00 kn. Prihvaćena su izvješća i isplaćene potpore za 16 manifestacija.
 - **Realizirani izdaci** u visini **202.000,00** kuna odnose se na transfere organizatorima turističkih događanja

| ISPLAĆENE POTPORE TURISTIČKIM MANIFESTACIJAMA U MEĐIMURSKOJ ŽUPANIJI 2019.g. | | |
|---|--|-------------------|
| ORGANIZATOR | NAZIV MANIFESTACIJE | ISPLAĆENO |
| Udruga Hortus Croatiae | Urbanovo 2019. | 20.000,00 |
| Turistička zajednica grada Čakovca | Porcijunkulovo 2019. | 20.000,00 |
| Toplice Sveti Martin | Međunarodni gamnig turnir | 20.000,00 |
| TZO Štrigova | Štrigovske noći 2019. | 15.000,00 |
| TZO Sveti Martin na Muri | Dani turizma u Sv.Martinu na Muri | 15.000,00 |
| TZG Mursko Središće | Ljeto uz Muru | 15.000,00 |
| TZ G Prelog | Sajam cvijeća | 15.000,00 |
| TZO Nedelišće | Dani zahvalnosti u Nedelišću | 15.000,00 |
| Fest press j.d.o.o. | 17. Međimurski festival L. Kuntarić | 12.000,00 |
| Udruga mladih Forestland | Forestland 2019. | 12.000,00 |
| Kulturna udruga Retro | 11. Trash & Burn | 10.000,00 |
| Emir Češo | Handball camp Jolly | 5.000,00 |
| Biciklistički klub Mura Avantura | Halicanum maraton 2019. | 5.000,00 |
| Udruga 'Međimurska Gruda' | 5. festival 'Bakini kolači' | 5.000,00 |
| Udruga 'Duga' | Dani ljuka i ekološke proizvodnje | 5.000,00 |
| Oblikovna likovna radionica Plemenitaš V. Ostrički | Galerija na otvorenom | 5.000,00 |
| MNK Vidovski zlatari | Lov na zlatarski prsten | 5.000,00 |
| Srednja škola Prelog | Regionalni plac | 1.000,00 |
| Ekonomska i trgovačka škola | Sudjelovanje na međunarodnom takmičenju turističkih škola | 1.000,00 |
| Udruga Convoy | Međunarodna revija oldtimera | 1.000,00 |
| UKUPNO | | 202.000,00 |

Grafikon 4.3.7.1. Struktura isplaćenih potpore prema vrsti manifestacija



• **Ostvareni rezultati:**

- snažno je obogaćena ukupna atraktivnost Međimurja kao turističke destinacije
- ostvarena je posjeta od preko 450 tisuća posjetitelja
- povećan je ugostiteljski promet
- PR efekt kroz marketing događanja na domaćem i ino tržištima procjenjujemo na preko 3 milijuna kuna

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

| OPIS | PLAN 2019. | REBALANS PLANA | IZVRŠENJE 2019. | INDEKS 6/5 | % U STRUKTURI |
|---------------------------------------|---------------------|-----------------------|------------------------|-------------------|----------------------|
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Turističke članarina | 170.000,00 | 214.000,00 | 214.351,92 | 100 | 5,43 |
| Boravišna pristojba | 130.000,00 | 173.000,00 | 172.655,86 | 100 | 4,37 |
| Potpore Međimurske županije | 1.500.000,00 | 1.523.400,00 | 1.523.355,92 | 100 | 38,56 |
| Prihod iz EU fondova | 2.600.000,00 | 885.000,00 | 884.566,51 | 100 | 22,39 |
| Potpore HTZ-a | 800.000,00 | 880.000,00 | 878.444,42 | 100 | 22,24 |
| Ostali prihodi | 10.000,00 | 1.000,00 | 280,66 | 28 | 0,01 |
| PRIHODI 2019. | 5.210.000,00 | 3.676.400,00 | 3.673.655,29 | 100 | 92,99 |
| VIŠAK PRIHODA IZ PRETHODNIH RAZDOBLJA | 37.558,68 | 276.989,59 | 276.989,59 | 100 | 7,01 |
| SVEUKUPNO PRIHODI | 5.247.558,68 | 3.953.389,59 | 3.950.644,88 | 100 | 100,00 |

RASHODI

| OPIS | PLAN 2019. | REBALANS PLANA | IZVRŠENJE 2019. | INDEKS 6/5 | % U STRUKTURI |
|---|-------------------|-----------------------|------------------------|-------------------|----------------------|
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| ADMINISTRATIVNI RASHODI | 349.562,00 | 364.593,50 | 368.088,30 | 101 | 8,54 |
| Rashodi za zaposlene | 174.562,00 | 200.000,00 | 199.653,69 | 100 | 4,63 |
| Bruto plaća | 154.562,00 | 110.000,00 | 110.140,61 | 100 | 2,56 |
| Troškovi putovanja | 5.000,00 | 39.000,00 | 38.555,88 | 99 | 0,89 |
| Ostali rashodi za zaposlene | 15.000,00 | 51.000,00 | 50.957,20 | 100 | 1,18 |
| Rashodi za usluge | 74.000,00 | 84.670,48 | 84.677,40 | 100 | 1,97 |
| Komunikacijske usluge | 12.000,00 | 12.000,00 | 13.170,74 | 110 | 0,31 |
| Knjigovodstvene i bilježničke usluge, ugovori o djelu | 30.000,00 | 45.000,00 | 44.595,90 | 99 | 1,03 |
| Računalne usluge | 0,00 | 1.000,00 | 866,25 | 87 | 0,02 |
| Usluge stručnjaka za javnu nabavu | 15.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Usluge održavanja | 2.000,00 | 1.358,39 | 1.558,39 | 115 | 0,04 |
| Oglašavanje javne nabave u NN | 7.000,00 | 9.312,09 | 9.479,01 | 102 | 0,22 |
| Tehnički pregled auta i ost. usluge | 0,00 | 6.000,00 | 5.598,99 | 93 | 0,13 |
| Financijski rashodi | 8.000,00 | 10.000,00 | 9.408,12 | 94 | 0,22 |
| Rashodi za materijal | 74.000,00 | 72.023,02 | 75.894,68 | 105 | 1,76 |

| | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|------------|-------|
| Uredski materijal | 1.600,00 | 2.000,00 | 2.236,25 | 112 | 0,05 |
| Sitni inventar | 2.000,00 | 5.000,00 | 5.387,20 | 108 | 0,13 |
| Nabava IT opreme | 10.000,00 | 16.365,00 | 16.365,00 | 100 | 0,38 |
| Premije osiguranja | 5.000,00 | 3.448,02 | 3.448,02 | 100 | 0,08 |
| Reprezentacija ureda | 1.000,00 | 5.000,00 | 3.532,00 | 71 | 0,08 |
| Energija i komunalne usluge | 5.000,00 | 5.000,00 | 7.905,20 | 158 | 0,18 |
| Gorivo, gume i održavanje auta | 16.000,00 | 10.000,00 | 11.593,98 | 116 | 0,27 |
| Lizing službenog auta | 28.400,00 | 24.810,00 | 24.806,68 | 100 | 0,58 |
| Potrošni materijal za čišćenje | 5.000,00 | 400,00 | 620,35 | 155 | 0,01 |
| Naknade za rad tijela TZMŽ i volontera | 27.000,00 | 7.900,00 | 7.862,53 | 100 | 0,18 |
| Troškovi putovanja | 20.000,00 | 2.000,00 | 1.975,00 | 99 | 0,05 |
| Doprinosi za stažiste | 7.000,00 | 5.900,00 | 5.887,53 | 100 | 0,14 |
| DIZAJN VRIJEDNOSTI | 3.573.400,00 | 2.134.841,09 | 2.127.685,86 | 100 | 49,38 |
| UPRAVLJANJE DESTINAC. I POTPORA DMK | 25.000,00 | 15.101,98 | 15.101,98 | 100 | 0,35 |
| Troškovi putovanja | 5.000,00 | 5.101,98 | 5.101,98 | 100 | 0,12 |
| Potpore radu Društvu turističkih vod. | 10.000,00 | 10.000,00 | 10.000,00 | 100 | 0,23 |
| Razvoj novih turističkih paketa | 10.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| PROGRAM CYCLIST WELCOM MEĐIMURJE | 1.626.900,00 | 1.253.117,08 | 1.252.046,88 | 100 | 29,06 |
| ODRŽAVANJE CWM MREŽE | 88.000,00 | 45.523,50 | 45.523,50 | 100 | 1,06 |
| Održavanje bike infrastrukture | 20.000,00 | 4.593,75 | 4.593,75 | 100 | 0,11 |
| Troškovi putovanja | 3.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Uređenje bike odmorišta | 50.000,00 | 36.105,00 | 36.105,00 | 100 | 0,84 |
| Evaluacija članova CWQ | 10.000,00 | 4.824,75 | 4.824,75 | 100 | 0,11 |
| Ažuriranje web stranice i app | 5.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| PROJEKT CIAN 2 | 957.900,00 | 1.011.887,50 | 1.012.109,36 | 100 | 23,49 |
| Bruto plaća voditelja projekta | 25.400,00 | 44.000,00 | 44.279,48 | 101 | 1,03 |
| Uredski materijal i režije | 3.800,00 | 6.700,00 | 6.642,38 | 99 | 0,15 |
| Stručnjak za javnu nabavu | 7.500,00 | 7.250,00 | 7.250,00 | 100 | 0,17 |
| Usluge prevođenja | 0,00 | 7.000,00 | 7.000,00 | 100 | 0,16 |
| Izrada mobilne aplikacije | 147.000,00 | 147.000,00 | 147.000,00 | 100 | 3,41 |
| Promotivna kampanja | 365.000,00 | 365.000,00 | 365.000,00 | 40 | 8,47 |
| Nabava promomaterijala | 66.600,00 | 60.750,00 | 60.750,00 | 601 | 1,41 |
| Organizacija bike manifestacija | 74.000,00 | 73.750,00 | 73.750,00 | 82 | 1,71 |
| Nastup na sajmovima | 33.600,00 | 42.000,00 | 42.000,00 | 100 | 0,97 |
| Dizajn i tisak bike mape | 73.000,00 | 73.000,00 | 73.000,00 | 100 | 1,69 |
| Nabava bicons uređaja | 44.000,00 | 10.937,50 | 10.937,50 | 100 | 0,25 |
| Nabava e-bike | 74.000,00 | 95.000,00 | 95.000,00 | 100 | 2,20 |
| Nabava puninica za e bike | 44.000,00 | 79.500,00 | 79.500,00 | 100 | 1,84 |
| PROJEKT AMAZON OF EUROPE | 581.000,00 | 195.706,08 | 194.414,02 | 99 | 4,51 |
| Bruto plaće voditelja projekata | 87.000,00 | 86.000,00 | 85.847,02 | 100 | 1,99 |

| | | | | | |
|---|-------------------|------------------|------------------|------------|-------------|
| Troškovi putovanja | 5.000,00 | 9.560,08 | 9.560,08 | 100 | 0,22 |
| Uredski materijal i režije | 17.800,00 | 12.571,00 | 11.431,92 | 91 | 0,27 |
| Izrada komunikacijske strateg. | 2.600,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Izrada marketing plana | 3.400,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Promocija (on i off line) | 38.500,00 | 6.250,00 | 6.250,00 | 100 | 0,15 |
| Organizacija promotivnih ev. | 22.200,00 | 19.875,00 | 19.875,00 | 100 | 0,46 |
| Socio-ekon.analiza turist.potencijala | 67.500,00 | 53.750,00 | 53.750,00 | 100 | 1,25 |
| Strategija i koncept za organ.model | 13.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Razvoj proizvoda i impementacija | 6.500,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Razvoj i implementacija booking sustava | 1.500,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Implementacija standarda rute | 22.300,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Prirodno orijentirano posjećivanje i map. | 16.700,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Kontrola izvještaja | 0,00 | 7.700,00 | 7.700,00 | 100 | 0,18 |
| Treninzi za cert.pružatelja usl. | 9.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Implementacija rute-znakovi,odmorišta | 268.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| PROGRAM MEĐIMURSKI GURMAN | 225.000,00 | 78.475,18 | 78.475,18 | 100 | 1,82 |
| Troškovi putovanja | 20.000,00 | 7.509,22 | 7.509,22 | 100 | 0,17 |
| Izrada Elaborata za UNESCO Creativ Citys | 50.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Članarina UNWTO | 15.000,00 | 18.581,25 | 18.581,25 | 100 | 0,43 |
| Suorganizacija eventa | 60.000,00 | 26.710,00 | 26.710,00 | 100 | 0,62 |
| Najam opreme za gurme evente | 10.000,00 | 17.578,12 | 17.578,12 | 100 | 0,41 |
| Evaluacija kvalitete Međimurski gurman | 25.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Uvođenje labela Zeleni gurman | 20.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Promocija MVC | 20.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Ugostiteljske usluge | 5.000,00 | 8.096,59 | 8.096,59 | 100 | 0,19 |
| PROGRAM VOLIM MEĐIMURJE | 115.000,00 | 61.000,00 | 59.162,83 | 97 | 1,37 |
| Troškovi putovanja | 15.000,00 | 6.000,00 | 5.948,00 | 99 | 0,14 |
| Dizajn i tisak priznanja | 5.000,00 | 5.000,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Članarina u EDEN mreži | 5.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Obilježavanje 20. godina TZMŽ | 80.000,00 | 25.000,00 | 26.850,53 | 107 | 0,62 |
| Ugostiteljske usluge | 10.000,00 | 25.000,00 | 26.364,30 | 105 | 0,61 |
| PROGRAM MEĐIMURJE U POKRETU | 20.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Organizacija Geogeshinga | 10.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Označavanje štetačkih staza | 10.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |

| | | | | | |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|------------|--------------|
| PROGRAM EKOMUZEJ | 1.561.500,00 | 727.146,85 | 722.898,99 | 99 | 16,78 |
| PROJEKT USPOSTAVA EMM | 230.000,00 | 48.557,80 | 49.663,44 | 102 | 1,15 |
| Organizacija EMM | 30.000,00 | 48.557,80 | 49.663,44 | 102 | 1,15 |
| Opremanje centra EMM | 50.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Organizacija ekomuzeja | 150.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| PROJEKT ATTRACTOUR | 154.000,00 | 143.378,58 | 143.378,58 | 100 | 3,33 |
| Bruto plaća voditelja projekta | 35.000,00 | 36.859,01 | 36.859,01 | 100 | 0,86 |
| Troškovi putovanja | 11.500,00 | 16.970,69 | 16.970,69 | 100 | 0,39 |
| Uredski materijal i režije | 2.500,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Uvođenje ETIS sustava | 22.000,00 | 22.000,00 | 22.000,00 | 100 | 0,51 |
| Promocija FB kampanja | 1.500,00 | 1.281,25 | 1.281,25 | 100 | 0,03 |
| Najam prostora na sajmovima | 75.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | 100 | 1,39 |
| Uredski materijal i režije | 6.500,00 | 6.267,63 | 6.267,63 | 100 | 0,15 |
| PROJEKT BUĐENJE | 176.000,00 | 208.029,73 | 207.067,29 | 100 | 4,81 |
| Bruto plaća voditelja projekta | 42.000,00 | 54.095,73 | 54.095,73 | 100 | 1,26 |
| Troškovi putovanja | 19.000,00 | 371,50 | 371,50 | 100 | 0,01 |
| Uredski materijal i režije | 6.300,00 | 10.000,00 | 9.037,56 | 90 | 0,21 |
| Organizacija eventa | 75.000,00 | 74.312,50 | 74.312,50 | 100 | 1,72 |
| Edukacija informatora | 0,00 | 36.250,00 | 36.250,00 | 100 | 0,84 |
| Organizacija pilot ture | 33.700,00 | 33.000,00 | 33.000,00 | 100 | 0,77 |
| PROJEKT RIZNICA MEĐIMURJA | 508.000,00 | 283.830,22 | 279.439,16 | 98 | 6,49 |
| Bruto plaća voditelja projekta | 62.000,00 | 60.000,00 | 59.339,16 | 99 | 1,38 |
| PR aktivnosti | 4.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Izdavanje promo materijala | 100.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Organizacija nastupa na sajmovima i B2B | 102.000,00 | 210.000,00 | 210.550,00 | 100 | 4,89 |
| Oglašavanje | 200.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Kotizacije za B&B radionice | 0,00 | 13.830,22 | 9.550,00 | 69 | 0,22 |
| Izrada web i smph app. | 40.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| PROJEKT MED DVEMI VODAMI | 493.500,00 | 43.350,52 | 43.350,52 | 100 | 1,01 |
| Plaća voditelja projekta | 66.500,00 | 43.350,52 | 43.350,52 | 100 | 1,01 |
| Uredski materijal i režije | 3.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Oglašavanje | 50.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Sajmovi i posebne prezentacije | 274.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| PROJEKT UNESCO MEĐIMURSKA POPEVKA | 50.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Suorganizacija eventa | 50.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI | 1.335.396,68 | 1.255.393,38 | 1.252.570,68 | 100 | 29,07 |
| Online komunikacije | 698.996,68 | 215.000,00 | 212.245,16 | 99 | 4,93 |
| Online promotivna kampanja | 468.996,68 | 200.000,00 | 198.016,00 | 99 | 4,60 |
| Upravljanje destinac. info sustavom | 80.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| Redizajn web stranice | 150.000,00 | 15.000,00 | 14.229,16 | 95 | 0,33 |

| | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|------------|---------------|
| Offline komunikacije | 636.400,00 | 1.040.393,38 | 1.040.325,52 | 100 | 24,14 |
| Offline promotivna kampanja | 400.000,00 | 870.000,00 | 869.314,99 | 100 | 20,17 |
| Nabava promotivnih materijala | 166.400,00 | 113.393,38 | 113.872,18 | 100 | 2,64 |
| Implementacija brenda | 50.000,00 | 57.000,00 | 57.138,35 | 100 | 1,33 |
| "Smeđa" turistička signalizacija | 20.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI | 232.700,00 | 359.442,36 | 358.618,77 | 100 | 8,32 |
| Sajmovi i posebne prezentacije | 207.700,00 | 256.892,36 | 256.741,09 | 100 | 5,96 |
| Troškovi putovanja | 37.700,00 | 107.000,00 | 106.625,35 | 100 | 2,47 |
| Uređenje štandova | 20.000,00 | 14.000,00 | 14.125,00 | 101 | 0,33 |
| Najamine prostora | 80.000,00 | 37.000,00 | 36.895,40 | 100 | 0,86 |
| Intelektualne usluge | 50.000,00 | 62.000,00 | 62.202,98 | 100 | 1,44 |
| Ugostiteljske usluge | 20.000,00 | 36.892,36 | 36.892,36 | 100 | 0,86 |
| Studijska putovanja novinara i turističkih agenata | 25.000,00 | 102.550,00 | 101.877,68 | 99 | 2,36 |
| Usluge vođenja | 5.000,00 | 2.550,00 | 2.550,00 | 100 | 0,06 |
| Ugostiteljske i smještajne usluge | 20.000,00 | 100.000,00 | 99.327,68 | 99 | 2,31 |
| POTPORE | 250.000,00 | 202.000,00 | 202.000,00 | 100 | 4,69 |
| POTPORE MANIFESTACIJAMA | 250.000,00 | 202.000,00 | 202.000,00 | 100 | 4,69 |
| SVEUKUPNO RASHODI | 5.741.058,68 | 4.316.270,33 | 4.308.963,61 | 100 | 100,00 |
| PRIHODI-RASHODI | | -362.880,74 | -358.318,73 | 99 | -8,32 |

VI. ZAVRŠNE ODREDBE

- Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije (NN 212/2010) Skupština Turističke zajednice Međimurske županije prihvatila je na 05.sjednici održanoj 31. ožujka 2020. godine Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2019.g.
- Gubitak u iznosu od 358.318,73 kuna ostvaren zbog kašnjenja uplata po realiziranim aktivnostima iz EU fondova pokrit će se iz prihoda budućeg razdoblja odnosno naplatom zakašnjelih refundacija od EU fondova u iznosu od 1.229.264,00 kn.
- Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2019.g. će se objaviti na web stranicama TZMŽ.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec

Broj: 52/20

U Čakovcu, 31. ožujka 2020.g.

