

# Međimurje

u pokretu

TURISTIČKA ZAJEDNICA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

## PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM ZA 2019.g.



Rezervat bisfere Mura-Drava-Dunav  
Međimurska popevka

Međimuri gurman

Međimurska vinska cesta

Međimurje Cyclist  
welcome regija

## I. UVOD

U izradi prijedloga Programa rada za 2019. godinu polazi se od:

1. stanja, strukture i ocjene turističkog porizvoda i suprastrukture,
2. ostvarenih pokazatelja za 2017. g. i trendova u 2018.g.
3. trendova na emitivnim tržištima,
4. ciljeva i mjera Master plana razvoja turizma MŽ do 2020.g i  
Strateškog marketing plana turizma MŽ 2014-2020.

Programa rada TZMŽ za 2019.g. sadrži:

- I. Uvod
- II. Analizu stanja i procjenu tržišnih kretanja
- III. Realizacija prihoda
- IV. Marketing plan TZMŽ za 2019.g.
- V. Financijski plan TZMŽ za 2020. g.
- VI. Završne odredbe

## II. ANALIZA STANJA TURIZMA MŽ I OCJENA TRŽIŠNIH TRENDOVA

### 1. Stanje turističke suprastrukture

Prema podacima eVisitora, na području Međimurske županije s 30.9.2018. godine poslovala su 87 smještajna objekta s 1704 ležaja. U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju hoteli s 599 ležaja. Najveći broj smještajnih kapaciteta koncentrirano je na području Općine Sv.Martin na Muri, potom u gradovima Čakovcu te Prelogu.

U MŽ 2018.g. djelovalo je 358 objekata izvan smještajnog ugostiteljstva, od čega 252 objekta usmjerena samo na usluživanje pića (caffe barovi, kavane i slični objekti) te 60-tak objekata koji nude hranu i piće, od čega 23 restorana. Valorizirajući bogatu enogastronomsku 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 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 bučinog ulja, originalnost ponude i sl.). Enološki doživljaj Međimurja moguće je 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. European Destinations of Excellence (EDEN) na temu turizma i lokalne gastronomije dobilo je Gornje Međimurje kao destinacija koja uspješno razvija turističku ponudu zasnovanu na specifičnoj lokalnoj gastronomiji. TZMŽ je dobitnik priznanje Swiss Tourist Award za kvalitetu i promociju turističke ponude. TZMŽ je 2018. godine postala pridruženi član Svjetske turističke organizacije WTO i njezine mreže za enogastronomiju.

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 unutaržupanijsku potražnju. Procjenjuje se, prema podacima Turističke zajednice Međimurske županije, da 32 važnije županijske manifestacije posjećuje ukupno do 350 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 11 poslovnica, a registrirano je i 125 turističkih vodica. Agencija 'Etno art travel' odabrana je od TZ Međimurske županije kao destinacijska menadžment kompanija 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](http://www.visitmedimurje.com), a dijelom i na internet stranicama agencije <http://www.etnoart-travel.com>. Ostale agencije u najvećoj sumjeri 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.<sup>1</sup>

Svakako je potrebno spomenuti i projekte koji su započeti tijekom 2018. godine, a sufinancirani su iz različitih EU fondova. To su projekti revitalizacije i turistifikacije kulturne baštine Međimurja: Revitalizacije fotritikacije Starog grada Zrinskih u Čakovcu vrijednog preko 42 milijuna kuna, projekt Atracttour vrijedan 5,5 milijuna kuna, projekt Buđenje 3,8 milijuna kuna, projekt podizanja kvalitete cikloturizma Cycle in a network 2 vrijedan oko 3 milijuna kuna, projekt Med dvemi vodami vrijedan oko 12 milijuna kuna. Navedeni projekti značajno će tijekom 2019-2020.g. doprinjeti unapređenju kvalitete i diverzifikaciji turističkog proizvoda u MŽ.

## **2. Performanse turističkog sektora**

Prema podacima iz eVisitora u 2017. godini na području MŽ ostvareno je 169.494 noćenja što je bio rast od 16 % u odnosu na 2016.g. Od 1. siječnja do 30. rujna 2018.g. u MŽ je ostvareno 147.446 noćenja što je rast od 13 % u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Hotelski smještaj je rastao po prosječnoj stopi od 4 %, a objekti u domaćinstvu 52%. Rast noćenja od 2009. do 2017. godine ostvarivao se po prosječnoj godišnjoj stopi od 11,5%. Sveti Martin na Muri žarište je stacionarnog turizma Županije. U toj se općini ostvaruje 70 % ukupnih županijskih noćenja uz iznad prosječan rast u razdoblju od 2013. do 2017. godine. Od 1.1.-30.9.2018. najveći broj noćenja ostvarili su gosti iz inozemstva (60,10%), najznačajniji broj je dolazio iz Slovenije (29,42%), Poljske (13,70%), Mađarske (9,63%) i Njemačke (8,47%).

## **3. Kvantitativni trendovi i prognoze**

Prema UNWTO-u aktualne kratkoročne procjene kretanja potražnje uklapaju se u dugoročne projekcije kretanja turističke potražnje prema kojima je opravdano u razdoblju od 2010. do 2030. opravdano očekivati rast potražnje po prosječnoj stopi od 3%, godišnje uz zadržavanje liderske 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 TourismTowards 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)<sup>2</sup>. Temeljem prije navedenog prognoza je da će se trend rasta broja dolazak i noćenja u MŽ nastaviti i u 2019.g. i to po stopi od minimalno 10%.

## **4. Kvalitativni trendovi od interesa za turizam u Međimurskoj županiji**

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

<sup>1</sup> Master plana razvoja turizma MŽ do 2020.

<sup>2</sup> Master plana razvoja turizma MŽ do 2020.

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 post materijalističkim vrijednostima ekonomije doživljaja 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 uturizmu. Marketinške aktivnosti usmjeravaju se 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.<sup>3</sup>

## **5. Konkurentska pozicija Međimurske županije**

Krajem rujna 2018. godine MŽ bila je 6 od 14 kontinentalnih županija po ostvarenim dolascima i noćenjima. MŽ je na domaćem tržištu prepoznata kao destinacija kvalitetne i raznolike ponude, a od stranih tržišta je vrlo dobro pozicionirana na slovenskom tržištu. Kod ostalih stranih tržišta MŽ je cijenovno i kvalitetom konkurentno na gotovo svim zapandoeurpskim tržištima no za značajnije iskorake potrebna su puno veća ulaganja u promociju. Kvalitetom i sadržajima MŽ zadovoljava tranzitne goste iz istočnoeurpskih zemalja pogotovo Poljske i Mađarske. Procjenjujemo da je ukupna konkurentna pozicija MŽ vrlo dobra obzirom na raspoloživu atrakcijsku osnovu i turističku suprastrukturu.

## **6. Strateški i operativni ciljevi**

Pretpostavljajući kontinuirano odvijanje procesa povećanja razumijevanja turizma u lokalnoj zajednici i povećanja efikasnosti sustava destinacijskog upravljanja, strateški i operativni ciljevi destinacijskog marketinga TZMŽ definirani u Masterplanu razvoja turizma MŽ do 2020 i Strateškom marketing planu TZMŽ 2014-2020 su:

<sup>3</sup> Strateški marketign plan turizma MŽ 2014-2020



<b>Strateški ciljevi do 2020.g.<sup>4</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Povećanje prepoznatljivosti Međimurja na ciljnim tržištima kao sadržajne stacionarne i izletničke destinacije dinamičnog i zdravog odmora</li> <li>– Povećanje atraktivnosti Međimurja na ciljnim tržištima kao stacionarne, izletničke i tranzitne destinacije za cijelu godinu</li> <li>– Povećanje ukupnih prihoda od turizma</li> </ul>
<b>Operativni ciljevi za 2019.g.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Povećanje broja registriranih noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima po prosječnoj stopi od 10%<sup>5</sup> godišnje</li> <li>– Povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za ukupno 10 postotnih poena</li> <li>– Povećanje prosječne dnevne potrošnje posjetitelja po prosječnoj stopi od 7% godišnje</li> <li>– Povećanje broja posjetitelja na <a href="http://www.visitmedimurje.com">www.visitmedimurje.com</a> po prosječnoj stopi od 20% godišnje</li> </ul>

Brendiranje destinacije preuzela je Međimurska županija koja je tijekom 2017. godine pokrenula proces kreiranja i lansiranja krovnog brend Međimurja i kreiranje konstanti. TZMŽ će u sklopu svog Programa rada za 2019.g. implementirati rezultate navedenog procesa. Brendiranje se provodi temeljem krovne ideje - POKRET, definirane u sklopu Strateškog marketing plana TZMŽ 2014-2020.

<sup>4</sup> Masterplana razvoja turizma MŽ do 2020.g.

<sup>5</sup> Masterplanom je planirano 5% no s obzirom na rezultate i tržišne trendove planira se minimalno rast od 10%.

**III. OSTVARIVANJE PRIHODA U 2019. g.**

Kod planiranja prihoda za 2018.g. uzete su u obzir slijedeće pretpostavke:

- Očekivani rast dolazaka i noćenja te poboljšanje naplate reflektirati će se na rast prihoda s osnova boravišne pristojbe do 18% .
- Očekivani rast ukupnog prometa obveznika turističke članarine odnosno osnovice za obračun članarine reflektirati će se na rast prihoda od članarine u visini do 6%.
- Međimurska županija će u proračun za 2019.g. uključiti potpore za rad TZMŽ u visini 1,5 milijun kuna što je povećanje za 7% u donosu na 2018.g.
- Tijekom 2018. godine iz EU OP INTERREG i OP Konkurentnost i kohezija odobeni su povrati 85% sredstava koja nisu realizirani u 2018. te se s tog osnova očekuje rast 85% prihoda za 44%.
- Temeljem natječaja HTZ-a za sufinanciranje udruženog oglašavanja te potpora iz Fonda za nerazvijena područja očekuje se rast potpora za 14%.
- Ostali prihodi s osnova refundacije doprinosa za stažiste te kamata planiraju se prema važećim uvjetima odnosno u visini kao i za 2018.g.
- Planiraju se realizirati ukupni prihodi u visini od 5,24 milijuna kuna od čega se na izvorne prihode (članarina, boravišna) odnosi 5 %, na prihode od potpora iz proračuna MŽ 27%, prihode od sufinanciranja projekata iz fondova EU OP Interreg HUHR i SI HR te OP Konkurentnost i kohezija u visini 34% i prihoda od potpora za projekte od GU HTZ 13% .
- Za realizaciju sufinanciranja projekata iz fondova EU u ukupnoj vrijednosti od 2,6 milijuna kuna potrebno je osigurati sredstva za predfinanciranje u visini minimalno 2 milijun kuna s obzirom da su povrati sredstava prema pravilima pojedinog OP-a od 6 do 9 mjeseci. S obzirom na navedeno postoji mogućnost potrebe za angažiranje sredstava prekoračenje po žiro računu ili kratkoročnom kreditu.

## IV. PLAN INTEGRIRANIH MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI ZA 2019.

### 1. ADMINISTRATIVNI MARKETING

#### 1.1. Rad ureda TZMŽ (MT-1)

Ured TZMŽ smješten je u uredskom prostoru u sklopu Međimurske palace turizma na adresi J. B. Jelačića 22 Čakovec. U uredu su zaposlena tri djelatnika koji će provoditi slijedeće

Aktivnosti:

- organizacijski i logistički poslovi neposredno vezani uz realizaciju Programa rada,
- poslovi pripreme materijala i vođenje zapisnika za sjednice Turističkog vijeća, sjednice Skupštine i sjednice Nadzornog odbora,
- poslovi informiranja poslovnih subjekata, građana, turista, medija i drugih subjekata o turističkoj ponudi i drugim informacijama vezanim uz rad TZMŽ-a,
- izrada programa rada, financijskog plana i drugih planskih dokumenata,
- pribavljanje, izdavanje i kontrola financijske dokumentacije te njezina priprema za knjiženje.

- Indikatori uspjeha: ocjena uspješnosti rada od strane tijela upravljanja TZMŽ
- Planirani budžet: 322.562,00 kn, izvori financiranja: 100% izvorna sredstva TZMŽ

#### 1.2. Rad tijela TZMŽ (MT-2)

Tijekom 2019. godine održati će se:

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

Dnevni redovi tijela biti će u skladu sa zakonskim i statutarnim obvezama te potrebama provođenja Programa rada. Odlukom TV TZMŽ članovi tijela ne primaju naknadu za rad.

- Indikatori uspjeha: broj održanih sjednica
- Planirani budžet: 27.000,00 kn, 100% izvorni prihodi TZMŽ



## 2. DIZAJN VRIJEDNOSTI PONUDE

### 2.1. Upravljanje destinacijom i potpora Destinacijskoj menadžent kompaniji (MT-3)

#### ➤ Ciljevi:

- uspostava integralnog turističkog proizvoda Međimurja kao jedinstvene destinacije
- usmjeravanje planiranja i razvoja u turističkih zajednicama općina i gradova
- poticanje kvalitete ponude i praćenje zadovoljstva gostiju

#### ➤ Aktivnosti:

- koordinacija postojećih klubova kvalitete za: smještaj - Cyclist welcome, gurne - Međimurski gurman, eno - Savjet Međimurske vinske cesta, osnivanje kluba kvalitete za aktivni odmor - Međimurje u pokretu,
  - raspisivanje natječaja za novi četverogodišnji ciklus potpore radu DMC agencije
- Indikatori uspjeha: 3 održane koordinacije sustava TZ, 3 koordinacije klubova kvalitete, 1 potpora DMK
- Planirani budžet: 25.000 kn, izvori financiranja: 100% potpora MŽ

### 2.2. Program „Međimurje Cyclist Welcome“ (MT-4)

#### ➤ Ciljevi:

- pozicioniranje Međimurja kao visoko kvalitetne cikloturističke destinacije u Hrvatskoj i srednjoj Europi u skladu s Operativnom planom razvoja cikloturizma MŽ do 2020.g.
- diferencijacija cikloturističkog proizvoda Međimurja u odnosu na ponudu u regiji s ponudom specijaliziranih usluga za cikloturiste (bike welcome smještaj, e-bike welcome, bike bez zapreka)
- rast dolazaka i noćenja cikloturista u Međimurju za 10%

#### ➤ Projekti:

#### 2.2.1. Upravljanje i održavanje infrastrukture CW Mreže (MT-41)

##### ➤ Aktivnosti:

- održavanje i dopuna putokaznih i interpretcijskih tabli na bike rutama te održavanje postojećih biciklističkih odmorišta,
- godišnja evaluacija standard kvalitete CWQ kod članova CWM,
- ažuriranje i unapređivanje web stranice i aplikacije za smartphone [www. medimurje-bike.com](http://www.medimurje-bike.com)
- koordinacija dionika razvoja cikloturizma u MŽ na unapređenju javne bike infrastrukture i ponude cikloturističkih usluga

- Indikatori uspješnosti: funkcionalna i kvalitetna mreža CW mreža
- Planirani budžet 88.000,00 kn, izvori financiranja: 100% potpora MŽ

### **2.2.2. Projekt Cycle in a Network 2.0 (MT-42)**

Cilj projekta je poboljšanje prekogranične biciklističke infrastrukture i kvalitete bike usluga. Projekt je sufinanciran iz OP Interreg HUHR, a povodit se u suradnji s partnerima : ŽUC MŽ, Općina Štrigova te Grad Nagykanizsa. Provodi se do travnja 2019.g.

- Aktivnosti:
  - izrada aplikacije za smartphone povezana s bicons uređajima
  - promotivna kampanja na domaćem i stranim tržištima
  - organizacija jednog prekogranična bike eventa
  - nastup na bike eventima u: Poreču. Budimpešti, Beču, Utrehtu
  - djelovanje bike help centra
  - nabava e-bike i punionica za e-bike
- Indikatori uspješnosti: broj provedenih aktivnosti i visina realiziranog proračuna
- Planirani budžet: 957.900 kn, izvori financiranja: 85% Interreg, 15% potpora MŽ

### **2.2.3. Projekt Amazon of Europe bike trail (MT43)**

Cilj projekta je poboljšanje prekogranične biciklističke infrastrukture i kvalitete bike usluga. Projekt je sufinanciran iz OP Interreg Dunavska inicijativa, a povodit se u suradnji s partnerima iz Austrije, Slovenije, Mađarske, Hrvatske, Srbije. Provodi se do travnja 2021.g.

- Aktivnosti:
  - izrada marketinških dokumenata za zajednički turistički proizvod
  - izrada zajedničkih turističkih paketa
  - izrada zajedničkih promotivnih materijala
  - izrada zajedničkog sustava prodaje
  - označavanje rute i uređenje odmorišta
- Indikatori uspješnosti: broj provedenih aktivnosti i visina realiziranog proračuna
- Planirani budžet: 581.000,00 izvori: s85% sufinanciranje Interreg, 15% potpora MŽ

## **2.3 Program Međimurski gurman (MT-5)**

- Ciljevi:
  - pozicioniranje Međimurja kao kvalitetne enogastronomске destinacije na domaćem i ino tržištu

- diferencijacija enogastro proizvoda destinacije u odnosu na ponudu u regiji
- rast dolazaka „enogastro“ turista u Međimurju za 10% u odnosu na 2018.g
- Aktivnosti:
  - Unapređivanje labela „Međimurski gurman“ kroz 4. krug ocjenjivanja ugostiteljskih objekata u MŽ metodologijom „tajnog gosta“, dodjela oznake kvalitete, koordinacija „Kluba kvalitete Međimurski gurman“,
  - Aktivno sudjelovanje u UNWTO mreži gastronomskih destinacija,
  - razvoj labela „Zeleni gurman“ – kreiranje i uvođenje nove oznake za ugostiteljske objekte koji u svojoj ponudi imaju ekološke proizvode ili namirnice iz vlastite proizvodnje/vrta,
  - suorganizacija enogastro evenata Urbanov 2019.
- Indikatori uspješnosti: broj objekata uključenih u labeling, broj izrađenih aplikacija, broj provedenih predstavljanja, postotak rasta broja gostiju
- Planirani budžet: 225.000,00 kn, izvori financiranja: potpore 70%, MŽ 30% HTZ

#### **2.4. Program „Volim Međimurje“ (MT-6)**

- Ciljevi:
  - pozicioniranje MŽ kao održive visokokvalitetne turističke destinacije,
  - mobilizacija svih subjekata na očuvanju turističkog prostora,
  - unapređivanje turističkog okruženja i zaštita okoliša,
  - podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice u destinaciji.
- Aktivnosti:
  - uključivanje u djelovanje nacionalne i europske EDEN mreže i u suradnji s GU HTZ promocija međimurskih EDEN destinacija Sv. Martina na Muri i Gornjeg Međimurja
  - Čovjek ključ uspjeha - provoditi će se u skladu sa kriterijima HTZ-a. Izabrani djelatnici kandidirati će se Glavnom uredu HTZ-a koji proglašava dobitnike na nacionalnom nivou.
  - 20 godina osnivanja TZMŽ – organizacija eventa kojim će se obilježiti 20 godina rada
- Indikatori uspješnosti: broj uključenih sudionika, postignuti rezultati na nacionalnom nivou, organiziran jedan gourmet event
- Planirani budžet: 115.000,00kn, izvori financiranja: 100% potpora MŽ

#### **2.5. Program „Međimurje u pokretu“ (MT-7)**

- Ciljevi programa su:
  - ojačati suradnju ponuditelja sportsko-rekreativnih turističkih sadržaja
  - uspostaviti uvjete za uvođenje pješčenja/ walking-a kao novog segmenta



- aktivnog odmora u Međimurju,
- diverzifikacija turističkog proizvoda i jačanje kvalitete aktivnog odmora
- Aktivnosti:
  - proširenje sustava Geokešing točki u skladu s Programom razvoja pješačkog turizma MŽ
  - umrežavanje ponuđača objekata i usluga aktivnog (sportskog/rekreativnog) turizma u „Klub kvalitete aktivnog turizma“
- Indikatori uspješnosti: broj uključenih ponuđača, broj ovih geokeš točaka
- Planirani budžet: 20.000 kn, izvori financiranja: potpore: 50% MŽ, 50% HTZ

## **2.6. Program Ekomuzej Međimurje (MT-9)**

- Ciljevi:
  - jačanje ponude proizvoda kulturnog turizma temeljenog na materijalnoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini Međimurja
  - umrežavanje i suradnje ponuditelja kulturnih sadržaja i turističkih usluga u MŽ u jedinstven turistički proizvod
  - porast dužine boravka gostiju u MŽ za 5% u odnosu na 2018.g.
  - porast potrošnje po gostu u MŽ za 7% u odnosu na 2018.g.

### **➤ Projekti:**

#### **2.6.1. Projekt Uspostava Ekomuzeja Međimurje (MT-91)**

- Aktivnosti:
  - izrada studije: Koncept uspostave Ekomuzeja Međimurje
  - organizacija mreže institucija i pojedinaca članova EMM
  - edukacija članova mreže EMM o ekomuzeološkim modelima
- Indikatori uspješnosti: izrađen koncept, uspostavljena mreža, educirano 10 članova
- Planirani budžet: 230.000,00 kn, izvori financiranja: 20% potpora MŽ, potpora 80% HTZ,

#### **2.6.2. Projekt Atracttour (MT-92)**

- Ciljevi:
  - podizanje vidljivosti prekogranične kulturno-turističke zone
 Projekt je sufinanciran iz OP Interreg HUHR. Provodit će se u suradnji s partnerima: MŽ, REDEA, Grad Lentj (H).
- Aktivnosti:
  - provođenje ETIS sustava praćenja indikatora održivosti turizma prema standardima Europske komisije
- Indikatori uspješnosti: uveden ETIS, organizira
- Planirani budžet: 154.000,00 kn, izvori financiranja: potpore 85% Interreg, 15% MŽ

### **2.6.3. Projekt Buđenje (MT-93)**

- Ciljevi:
  - razviti kulturno-turističke pakete na prekograničnom područjuProjekt je sufinanciran iz OP Interreg SIHR. Provođen se u suradnji s partnerima: Općina Goričan, Občina Šentilj i Zavod za turizam Maribor (SI).
- Aktivnosti:
  - sudjelovanje u kreiranju programa revitalizacije kulturnih dobara
- Indikatori uspješnosti: kreiran jedan program revitalizacije
- Planirani budžet: 176.000,00 kn, izvori financiranja: potpore 85% Interreg, 15% TZMŽ

### **2.6.4 Projekt Riznica Međimurja (MT-94)**

- Ciljevi:
  - revitalizirati fortifikacija Starog grada Zrinskih,
  - opremiti i uspostaviti muzej nematerijalne baštine Riznica Međimurja,
  - provedba integriranog marketingaProjekt je sufinanciran iz OP Konkurentnost i kohezija u partnerstvu MŽ, REDEA, Muzej Međimurja. Projekt traje do 4/2020.
- Aktivnosti:
  - Priprema i izrada dijela promotivnih materijala (tiskovine, video materijali, promotivni pokloni)
  - Edukacija animatora kulturnog turizma
  - Provedba promotivne kampanje na domaćem i inozemnim tržištima
  - Ažuriranje web stranica i izrada aplikacije za pametne telefone
  - Sudjelovanje na turističkom sajmovima i B2B radionicama na inozemnim tržištima
  - PR aktivnosti putem organizacije tiskovnih konferencija i priopćenja
- Indikatori uspješnosti: broj tiskovnih konferencija, ažurirana web stranica, izvedena priprema za smp app, izvedena priprema za promotivne materijale, broj nastupa na sajmovima i B2B
- Planirani budžet: 508.000,00 izvori financiranja: potpore OPKK 85%, MŽ 15%

### **2.6.5. Projekt Međimurska popevka**

- Ciljevi:
  - Podizanje image MŽ kao UNESCO destinacije nematerijalne baštine
  - Porast kulturnog turizma za 10% u odnosu na 2018.g.
- Aktivnosti:
  - suorganizacija promotivnog eventaIndikatori uspješnosti: broj održanih evenata

Planirani proračun: 50.000,00 izvor: potpora MŽ 100%

## 2.7. Projekt „Med dvema vodama“

- Ciljevi:
  - Uređenje centra za posjetitelje JU zaštićene prirode MŽ u Križevcu
  - Promocija vrijednosti i turističke ponude prirodne baštine
  - Porast broja gostiju motiviranih aktivnim odmorom za 10%
- Aktivnosti:
  - Kreiranje i izdavanje promotivnih materijala
  - Uključivanje prirodne baštine u Međimurju u turističke aranžmane i kreiranje turističkih proizvoda temeljeni na lokacijama obuhvaćenim projektom
  - Osmišljavanje 2 nova turistička paketa i prilagodbu postojećih 4 koja uključuju odredišta prirodne baštine
  - Nastupi na 5 turističkih sajmova koji će služiti u svrhu promocije destinacije i novih turističkih proizvoda turoperatorima i potencijalnim turistima
- Indikatori uspješnosti: broj pripremljenih promo materijala, broj izrađenih turističkih paketa, broj nastupa na sajmovima
- Planirani budžet: 493.500,00 kn, izvori financiranja: potpora OP K.K. 85%, potpora MŽ 15%.

## 3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI PONUDE

- Ciljevi:
  - povećanje prepoznatljivosti destinacije na ciljanim tržištima
  - generiranje pozitivnog imidža destinacije i povećanje razine potražnje za turističkom ponudom
  - povećanje broja dolazaka i noćenja za 10%

### 3.1. ONLINE KOMUNIKACIJE (MT-9)

#### 3.1.1. Internet oglašavanje

- Aktivnosti:

Provoditi će se promotivne kampanje prema medija planu. Fokus oglasnih kampanja biti će na domaćem tržištu te ino tržištima Austrije, Slovenije, Švicarske.
- Indikatori uspješnosti: broj objava, rast broja posjeta destinacijskih web stranicama za 20 %
- Planirani budžet: 698.996,68,00 kn, izvori financiranja: HTZ 50%, MŽ 50%

#### 3.1.2. Upravljanje destinacijskim informacijskim sustavom (DIS) i redizajn web stranica



Destinacijski informacijski sustav turizma (DIS) čini baza podataka integrirana s web stranicom [www.visitmedjimurje.com](http://www.visitmedjimurje.com) kao osnovnim alatom za provođenje destinacijske promocije i informiranja. Uz web stranice sustav čine web 2.0. platforme: Facebook profil, You Tube kanal i Instagram profil.

➤ Aktivnosti:

- redizajn web stranica [www.visitmedjimurje.com](http://www.visitmedjimurje.com)
  - umrežavanje DIS sa web stranicama svih turističkih zajednica općina i gradova, internim telefizijama i drugim interfejs uređajima hotela i drugih subjekata u kojima se zadržavaju turisti
  - redovito ažuriranje Web 2.0 profila (FB, YT, Instagram) i destinacijske baze podataka
  - izdavanje kvartalnih newslettera o eventima i biznis newslettera s ponudama paket aranžnana u suradnji s DMC
  - aktivno uključivanje u sve aktivnosti nacionalnog sustava eVisitor GU HTZ-a
- Indikatori uspješnosti: broj otvaranja web portala i pregleda newslettera,
- Planirani budžet: 230.000,00, izvori financiranja: potpore MŽ 100%,

## 3.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE (MT-11)

### 3.2.1. Oglašavanje u tiskanim i elektroničkim medijima

➤ Aktivnosti:

Provoditi će se promotivne kampanje prema medija planu. Fokus oglasnih kampanja biti će na domaćem tržištu te ino tržištima Austrije i Slovenije. Struktura offline kampanje: tiskani mediji 20%, tv oglašavanje 20%, radio 30%, plakatiranje 30%.

- Indikatori uspješnosti: broj i vrijednost objava
- Planirani budžet: 400.000,00kn izvori financiranja: potpora MŽ 50% HTZ 50%

### 3.2.2. Tiskani i multimedijalni promo materijali

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

- turistička karta Međimurja 10.000 kom (HR, E, D, SI)
- gourmet image brošura 2.000 kom (mutacije (HR/E, SI/D)
- bike image brošura 2.000 kom (HR/E, SI/D)
- opća image brošura 5.000 kom HR/EN/D/HU /S/ESP
- promo vrećica 1.000 kom
- USB stick s promotivnim tekstovima, videom i fotografijama 100 kom
- ostali promo materijali (suveneri, vino, idr) – prema potrebi

- Indikatori uspješnosti: količina nabavljenog promo materijala

- Planirani budžet: 166.400,00 kn, izvori financiranja: potpora MŽ 100%

### 3.2.3. „Smeđa“ turistička signalizacija

U suradnji sa JLS-ima i gospodarskim subjektima prema iskazanom interesu i potrebama upotpunjavati će se turistička „smeđa“ signalizacija za područja koja nisu pokrivena lokanim turističkim zajednicama. Također izraditi će se i postaviti nove pozdravne tabele na cestovni prilazima EDEN destinacije Gornje Međimurje.

- Indikatori uspješnosti: količina postavljene smeđe signalizacije
- Planirani budžet: 20.000,00 kn izvori financiranja: potpora MŽ 20%, HTZ 80%

## 4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

### 4.1. Sajmovi i posebne prezentacije (MT-12)

U suradnji s zainteresiranim gospodarskim subjektima, TZO/G te drugim zainteresiranim partnerima organizirati će se nastupi na:

RB	TRŽIŠTE	TERMIN	PARTNERI
1.	Gast Split	veljača	Udruga Hrotus Croatia
2.	Barcelona	veljača	KUD Mihovljan
3.	Brisel	ožujak	Levi parfums Čakovec
4.	Beč - Argus bike festival	travanj	Toplice Sv. Martin
5.	Turistička burza Put	studen	DMC
	Drugi sajmovi prema dogovoru s partnerima		

- Indikatori uspješnosti: broj realiziranih nastupa na sajmovima
- Planirani budžet: 207.700,00kn izvori financiranja: MŽ 100%

### 4.2. Studijska putovanja novinara i agenata (MT-13)

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

- Indikatori uspješnosti: broj prihvaćenih novinara i agenata
- Planirani budžet: 251.000,00kn

## 5. POTPORE MANIFESTACIJAMA (MT-15)

- Ciljevi:
  - povećati kvalitetu turistički zanimljivih manifestacija na području MŽ
  - diverzifikacija turističke ponude MŽ
  - povećanje broja noćenja za 10% u odnosu na 2017.g.
- Aktivnosti:
  - objava Javnog poziva, obrada pristiglih kandidatura,
  - potpisivanje ugovora,
  - evaluacija izvršavanja i isplata sredstava
- Indikatori uspješnosti: broj uspješno realiziranih manifestacija , broj noćenja
- Planirani budžet: 250.000,00kn, izvor financiranja: potpora MŽ 100%

## 6. KOORDINACIJA I NADZOR

- Aktivnosti:

U skladu sa zakonskim obvezama tijekom godine vršiti će se aktivnosti na koordinaciji rada i nadzoru zakonitosti rada sustava turističkih zajednica općina i gradova. Planiraju se najmanje tri sjednice koordinacije na kojima će se raspravljati o: međusobnoj koordinaciji aktivnosti funkcionalnog marketing, izvršavanju ciljeva rada TZO/G, naplati zakonskih prihoda, TZO/G će pismenim putem dostavljati godišnje programe rada, godišnja izvješća o radu i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju. O djelovanju koordinacije vodit će se zapisnici. Provoditi će se pojedinačni nadzor donošenja Programa rada i Izvještaja o radu i financijskih izvještaja TZ-a.

  - Indikatori uspješnosti: broj održanih koordinacija
  - Planirani budžet: rashodi uključeni u stavci 3 Upravljanje destinacijom.



V. FINANCIJSKI PLAN TZMŽ 1-12. 2018.

PRIHODI

MJESTO PRIHODA	KONTO	OPIS	PLAN 2018.	PLAN 2019.	INDEKS 5/4	% U STRUK TURI
1	2	3	4	5	6	7
1	321	Turistička članarina	160.000,00	170.000,00	106	3,05
2	331	Boravišna pristojba	110.000,00	130.000,00	118	2,10
3	351	Prihod iz proračuna Međimurske županije	1.400.000,00	1.500.000,00	107	26,6 8
4	352	Prihod iz EU fondova	1.800.000,00	2.600.000,00	144	34,3 0
6	353	Prihod od Hrvatske turističke zajednice	700.000,00	800.000,00	114	13,3 4
7	341+361	Ostali prihodi	30.000,00	10.000,00	33	0,57
		<b>PRIHODI 2018.</b>	<b>4.200.000,00</b>	<b>5.210.000,00</b>	124	80,0 4
		VIŠAK PRIHODA IZ PRET. RAZDOBLJA	30.000,00	37.558,68	125	0,57
		<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>4.230.000,00</b>	<b>5.247.558,68</b>	124	80,61

## RASHODI

MJESTO TROŠKA	KONTO	OPIS	PLAN 2018	PLAN 2019	INDEKS 5/4	% U STRUKTURI
1	2	3	4	5	6	7
<b>I</b>		<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>162.500,00</b>	<b>349.562,00</b>	215	6,66
		<b>Rashodi za zaposlene</b>	<b>112.500,00</b>	<b>174.562,00</b>	155	3,33
	411	Bruto plaća	100.000,00	154.562,00	155	2,95
	421	Troškovi putovanja	5.000,00	5.000,00	100	0,10
	412	Ostali rashodi za zaposlene	7.500,00	15.000,00	200	0,29
		<b>Rashodi za usluge</b>	<b>31.000,00</b>	<b>74.000,00</b>	239	1,41
	4251	Komunikacijske usluge	2.000,00	12.000,00	600	0,23
	4257	Knjigovodstvene i bilježničke usluge	24.000,00	30.000,00	125	0,57
	4257	Usluge stručnjaka za javnu nabavu	0,00	15.000,00	0	0,29
	4252	Usluge održavanja uredske opreme	1.000,00	2.000,00	200	0,04
	4253	Oglašavanje javne nabave u NN	0,00	7.000,00	0	0,13
<b>1</b>	4431	Bankarske naknade	4.000,00	8.000,00	200	0,15
		<b>Rashodi za materijal</b>	<b>9.000,00</b>	<b>74.000,00</b>	822	1,41
	4261	Uredski materijal	2.000,00	1.600,00	80	0,03
	4264	Nabava sitnog inventara	1.000,00	2.000,00	200	0,04
	221	Nabava IT opreme	5.000,00	10.000,00	200	0,19
	4291	Premije osiguranja	0,00	5.000,00	0	0,10
	4292	Reprezentacija ureda	1.000,00	1.000,00	100	0,02
	4263	Energija i komunalne usluge	0,00	5.000,00	0	0,10
	4263	Gorivo, gume i održavanje auta	10.000,00	16.000,00	160	0,30
	42554	Leasing službenog auta	50.000,00	28.400,00	57	0,54
		Potrošni materijal začišćenje	0,00	5.000,00	0	0,10
<b>2</b>		<b>Naknade za rad tijela TZMŽ i volontera</b>	<b>10.000,00</b>	<b>27.000,00</b>	270	0,51
	4257	Studijsko putovanje članova tijela	2.000,00	20.000,00	1.000	0,38
	424	Doprinosi za MIO stažista	8.000,00	7.000,00	88	0,13
<b>II</b>		<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>2.576.100,00</b>	<b>3.079.900,00</b>	120	58,69
		<b>UPRAVLJANJE DESTINAC. I POTPORA DMK</b>	<b>35.000,00</b>	<b>25.000,00</b>	71	0,48
<b>3</b>	421	Troškovi putovanja	5.000,00	5.000,00	100	0,10
		Potpoma radu Društvu turističkih vodiča	0,00	10.000,00	0	0,19
	4257	Razvoj novih turističkih paketa	30.000,00	10.000,00	33	0,19
<b>4</b>		<b>PROGRAM CYCLIST WELCOM MEĐIMURJE</b>	<b>1.550.500,00</b>	<b>1.626.900,00</b>	105	31,00
<b>41</b>		<b>UPRAVLJANJE I ODRŽAVANJE CWM</b>	<b>69.000,00</b>	<b>88.000,00</b>	128	1,68

	4252	Održavanje bike infrastrukture	50.000,00	20.000,00	40	0,38
	421	Troškovi putovanja	3.000,00	3.000,00	100	0,06
	4257	Evaluacija članova CWQ mreže	6.000,00	10.000,00	167	0,19
		Uređenje bike odmorišta	0,00	50.000,00	0	0,95
	4258	Ažuriranje web stranice i smp app	10.000,00	5.000,00	50	0,10
		<b>PROJEKT EU INTERREG HUHR CIAN 2</b>	<b>1.437.500,00</b>	<b>957.900,00</b>	67	18,25
	411	Bruto plaća voditelja projekta	84.500,00	25.400,00	30	0,48
	421	Troškovi putovanja	3.000,00	0,00	0	0,00
	4261	Uredski materijal i režije	12.000,00	3.800,00	32	0,07
	4257	Stručnjak za javnu nabavu	7.500,00	7.500,00	100	0,14
	4257	Edukacija za uvođenje CWQ	15.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Edukacijske radionice	49.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Usluge prevođenja	26.000,00	0,00	0	0,00
	4258	IT umrežavanje	7.500,00	0,00	0	0,00
	4258	Izrada mobilne aplikacije	148.000,00	147.000,00	99	2,80
	4257	Promotivna kampanja	300.000,00	365.000,00	122	6,96
	4257	Nabava promomaterijala za CWM	133.000,00	66.600,00	50	1,27
	4257	Uspostava bike help centra	74.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Organizacija bike manifestacija	148.000,00	74.000,00	50	1,41
	4257	Nastup na sajmovima	118.000,00	33.600,00	28	0,64
	4257	Dizajn i tisak bike mape	74.000,00	73.000,00	99	1,39
	4257	Kreiranje bike paketa	120.000,00	0,00	0	0,00
	225	Nabava bicons uređaja	44.000,00	44.000,00	100	0,84
	225	Nabava e-bike	74.000,00	74.000,00	100	1,41
	225	Nabava punionica za e bike	44.000,00	44.000,00	100	0,84
		<b>PROJEKT EU INTERREG AMAZON OF EUROPE</b>	<b>0,00</b>	<b>581.000,00</b>	0	11,07
	411	Bruto plaća voditelja projekta	0,00	87.000,00	0	1,66
	4211	Troškovi putovanja	0,00	5.000,00	0	0,10
	4261	Uredski materijal i režije	0,00	17.800,00	0	0,34
	4257	Izrada Komunikacijske strategije	0,00	2.600,00	0	0,05
	4257	Izrada Marketing plana	0,00	3.400,00	0	0,06
	4257	Promocija(offline i online)	0,00	38.500,00	0	0,73
	4257	Organizacija promotivnih evenata	0,00	22.200,00	0	0,42
	4257	Socio-ekon. analiza turistički potencijala	0,00	67.500,00	0	1,29
	4257	Strategija i koncept za organ. model	0,00	13.000,00	0	0,25
	4257	Razvoj proizvoda i implementacija	0,00	6.500,00	0	0,12
	4227	Razvoj i implementacija booking sustava	0,00	1.500,00	0	0,03



	4257	Implementacija standarda rute	0,00	22.300,00	0	0,42
	4257	Prirodno orijentirano posjećivanje i map.	0,00	16.700,00	0	0,32
	4257	Treninzi za cert. pružatelja usluga	0,00	9.000,00	0	0,17
	261	Implementacija rute - znakovi, odmorišta	0,00	268.000,00	0	5,11
		<b>PROGRAM MEĐIMURSKI GURMAN</b>	<b>255.000,00</b>	<b>225.000,00</b>	88	4,29
5	421	Troškovi putovanja	15.000,00	20.000,00	133	0,38
	4257	Izrada Elaborata za UNESCO Creativ Citys	25.000,00	50.000,00	200	0,95
	4293	Članarina UNWTO	15.000,00	15.000,00	100	0,29
	4257	Suorganizacija evenata	90.000,00	60.000,00	67	1,14
	4255	Najam opreme	30.000,00	10.000,00	33	0,19
	4257	Evaluacija kvalitete Međimurski gurman	15.000,00	25.000,00	167	0,48
	4257	Uvođenje labela Zeleni gurman	10.000,00	20.000,00	200	0,38
	4257	Promocija Međimurske vinske ceste	50.000,00	20.000,00	40	0,38
	4292	Ugostiteljske usluge	5.000,00	5.000,00	100	0,10
			<b>PROGRAM VOLIM MEĐIMURJE</b>	<b>49.000,00</b>	<b>115.000,00</b>	235
6	421	Troškovi putovanja	10.000,00	15.000,00	150	0,29
	4259	Dizajn i tisak priznanja	5.000,00	5.000,00	100	0,10
	4293	Članarina u EDEN mreži	4.000,00	5.000,00	125	0,10
	4257	Organizacija Dana Međimorskog turizma	20.000,00	80.000,00	400	1,52
	4292	Ugostiteljske usluge	10.000,00	10.000,00	100	0,19
			<b>PROGRAM MEĐIMURJE U POKRETU</b>	<b>75.000,00</b>	<b>20.000,00</b>	27
7	4257	Organizacija sustava Geogeshing	15.000,00	10.000,00	67	0,19
	0227	Označavanje štetačkih staza	60.000,00	10.000,00	17	0,19
9		<b>PROGRAM EKOMUZEJ MEĐIMURJA</b>	<b>611.600,00</b>	<b>1.068.000,00</b>	175	20,35
		<b>PROJEKT USPOSTAVA EMM</b>	<b>70.000,00</b>	<b>230.000,00</b>	329	4,38
91	4257	Izrada Koncepta razvoja EMM	30.000,00	30.000,00	100	0,57
	4257	Opremanje Centra za posjetitelje EMM	0,00	50.000,00	0	0,95
	4257	Organizacija ekomuzeja	40.000,00	150.000,00	375	2,86
		<b>EU INTERREG HUHR PROJEKT ATTRACTOUR</b>	<b>244.400,00</b>	<b>154.000,00</b>	63	2,93
92	411	Bruto plaća voditelja projekta	84.500,00	35.000,00	41	0,67
	421	Troškovi putovanja	7.000,00	11.500,00	164	0,22
	4261	Uredski materijal i režije	10.000,00	2.500,00	25	0,05
	4257	Uvođenje ETIS sustava	66.600,00	22.000,00	33	0,42
	4257	Promocija FB kampanja	0,00	1.500,00	0	0,03

	4255	Najam prostora na sajmovima	0,00	75.000,00	0	1,43
	4261	Uredski materijal i režije	17.000,00	6.500,00	38	0,12
	4257	Organizacija eventa otvaranja TIC-a	8.300,00	0,00	0	0,00
	4257	Izrada promo videa	12.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Dizajn i tisak promo brošure	56.000,00	0,00	0	0,00
		<b>EU INTERREG SIHR PROJEKT BUĐENJE</b>	<b>132.000,00</b>	<b>176.000,00</b>	133	3,35
93	411	Bruto plaća voditelja projekta	114.000,00	42.000,00	37	0,80
	421	Troškovi putovanja	1.000,00	19.000,00	1.900	0,36
	4261	Uredski materijal i režije	0,00	6.300,00	0	0,12
	4257	Organizacija eventa	0,00	75.000,00	0	0,03
	4257	Organizacija pilot ture	0,00	33.700,00	0	1,43
		<b>EU K.K. PROJEKT RIZNICA MEĐIMURJA</b>	<b>165.200,00</b>	<b>508.000,00</b>	308	9,68
94	411	Bruto plaća voditelja projekta	56.200,00	62.000,00	110	1,18
	4257	PR aktivnosti	4.000,00	4.000,00	100	0,08
	4257	Studijska putovanja projektnog tima	65.000,00	0,00	0	0,00
	4257	Izdavanje promo materijala	0,00	100.000,00	0	1,91
	4257	Organizacija nastupa na sajmovima i B2B	0,00	102.000,00	0	1,94
	4257	Oglašavanje	0,00	200.000,00	0	3,81
	4257	Izrada web i smph app.	40.000,00	40.000,00	100	0,76
		<b>EU K.K. MED DVEMI VODAMI</b>	<b>0,00</b>	<b>493.500,00</b>	0	9,40
95	411	Bruto plaća voditelja projekta	0,00	66.500,00	0	1,27
	4261	Uredski materijal i režije	0,00	3.000,00	0	0,06
	4257	Oglašavanje	0,00	50.000,00	0	0,95
	4257	Sajmovi i posebne prezentacije	0,00	274.000,00	0	5,22
96		<b>PROJEKT UNESCO MEDIMURSKA POPEVKA</b>	<b>0,00</b>	<b>50.000,00</b>	0	0,95
	4257	Suorganizacija eventa	0,00	50.000,00	0	0,95
<b>III</b>		<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>1.140.400,00</b>	<b>1.335.396,68</b>	117	25,45
10		<b>Online komunikacije</b>	<b>534.400,00</b>	<b>698.996,68</b>	131	13,32
	4253	Online promotivna kampanja	454.400,00	468.996,68	103	8,94
	4258	Upravljanje Destinacijskim info sustavom	80.000,00	80.000,00	100	1,52
	4258	Redizajn web stranica	0,00	150.000,00	0	2,86
11		<b>Offline komunikacije</b>	<b>606.000,00</b>	<b>636.400,00</b>	105	12,13
	4253	Offline promotivna kampanja	496.000,00	400.000,00	81	7,62
	4261	Nabava promotivnih materijala	60.000,00	166.400,00	277	3,17
	4257	Implementacija brenda	0,00	50.000,00	0	0,95
	0227	"Smeđa" turistička signalizacija	50.000,00	20.000,00	40	0,38
<b>IV</b>		<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA</b>	<b>101.000,00</b>	<b>232.700,00</b>	230	4,43

		VRIJEDNOSTI				
12		<b>Sajmovi i posebne prezentacije</b>	<b>89.000,00</b>	<b>207.700,00</b>	233	3,96
	421	Troškovi putovanja	15.000,00	37.700,00	251	0,72
	4259	Uređenje štandova	0,00	20.000,00	0	0,38
	4255	Najamine prostora	10.000,00	80.000,00	800	1,52
	4257	Intelektualne usluge	24.000,00	50.000,00	208	0,95
	4292	Ugostiteljske usluge	40.000,00	20.000,00	50	0,38
13		<b>Studijska putovanja novinara i agenata</b>	<b>12.000,00</b>	<b>25.000,00</b>	208	0,48
	4257	Usluge vođenja	2.000,00	5.000,00	250	0,10
	4292	Ugostiteljske i smještajne usluge	10.000,00	20.000,00	200	0,38
<b>V</b>		<b>POTPORE</b>	<b>250.000,00</b>	<b>250.000,00</b>	100	4,76
<b>15</b>		<b>POTPORE MANIFESTACIJAMA</b>	<b>250.000,00</b>	<b>250.000,00</b>	100	4,76
		<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>4.230.000,00</b>	<b>5.247.558,68</b>	<b>124</b>	<b>100</b>



## VI. ZAKLJUČNE ODREDBE

1. Za izvršenje Financijskog plana za 2019. godinu ovlašćuje se Turističko vijeće TZMŽ.
2. Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da u toku godine može u okviru ukupne svote vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana do visine 5 % od ukupnih planiranih sredstava.
3. U slučaju odstupanja od Financijskog plana većeg od 5% od ukupno planiranih sredstava izvršiti će se Rebalans Financijskog plana najkasnije do 28. prosinca 2019.g.
4. Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije Skupština Turističke zajednice Međimurske županije je na 1. sjednici održanoj 19.12.2019. godine donijela je Program rada s financijskim planom TZMŽ za 2019. godinu.

### SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec



Broj: /19

u Čakovcu, 19. prosinca 2018.g.