

**PROGRAM RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE
MEĐIMURSKE ŽUPANIJE
ZA 2025. GODINU**



doživi zeleno

Čakovec, prosinac 2024.

	Sadržaj	str.
I.	POLAZNE OSNOVE	2
1.1.	Zakonsko i plansko uporište	2
1.2.	Ocjena internog okruženja	2
1.3.	Ocjena eksternog okruženja	4
1.4.	Procjena obujma turističkog prometa u MŽ za 2025.g.	4
1.5.	Programski ciljevi turizma MŽ za 2025.g.	4
II.	PLAN PRIHODA	5
III.	PLAN AKTIVNOSTI	6
IV.	FINANCIJSKI PLAN	21
V.	ZAVRŠNE ODREDBE	23

Pregled kratica:

- TZMŽ – Turistička zajednica Međimurske županije
- Stručna služba - Stručna služba TZMŽ
- MŽ -Međimurska županija
- HTZ – Hrvatska turistička zajednica
- Mints – Ministarstvo turizma i spota RH
- LTZ – lokalna turistička zajednice/e
- JLS - Jedinice lokalne samouprave
- SNVO – Strukovne nevladine neprofitne organizacije
- UNWTO – Svjetska turistička organizacija pri UN
- UNESCO – Agencija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu
- SŠUMŽ- Savez športskih udruga Međimurske županije
- EMM – Ekomuzej Međimurje malo
- IP – izvorni prihodi: turistička članarina i boravišna taksa
- MŽ – potpora za rad Međimurske županije
- FN – Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent,
- FU - Fonda za udružene turističke zajednice
- EU – projekt sufinanciran iz Operativnih programa Europske unije
- SMPTMŽ – Strateški marketing plan turizma Međimurske županije do 2020.
- MPTMŽ – Master plan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.
- Program - Program rada TZMŽ za 2023.g.
- AP – akcijski plan
- OP - operativni plan
- EDEN - Europska destinacija izvrsnosti
- CWM – label Cyclist Welcome Međimurje
- MVC – label Međimurska vinska cesta

I. POLAZNE OSNOVE

1.1. ZAKONSKO I PLANSKO UPORIŠTE

Prilikom planiranja Programa rada Turističke zajednice Međimurske županije za 2025.g. polazilo se od: članka 55. i 56. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, članka 49., 50. u 51. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije, smjernica Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2027.g., Masterplana razvoja turizma Međimurske županije, Strateškog marketing plana turizma Međimurske županije, Operativnog plana razvoja cikloturizma Međimurske županije, Destinacijskim planom kvalitete 2020-2027.g. te Metodologije i obveznih uputa za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada koje je u studenom 2020. godine donijelo Ministarstvo turizma RH.

1.2. OČJENA INTERNOG OKRUŽENJA

Kod analize i ocjene internog okruženja Međimurske županije kao turističke destinacije razmatrani su slijedeći osnovni pokazatelji:

- a) **Turistička atrakcijska osnova** : zaštićena prirodna baština Regionalnog parka prirode Mura Drava koji je ujedno dio UNESCO Rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav, kultivirani vinski krajolik Gornjeg Međimurja, podzemne termalne vode u Toplicama Sv. Martin, zaštićeni kulturno-povijesni spomenici i lokaliteti pogotovo Stari grad Zrinskih i povijesno urbanistička jezgra Čakovca, muzeji, etnografske zbirke i interpretacijski centri kulturne baštine, sakralni spomenici, zaštićena nematerijalna kulturna baština i to pogotovo Međimurska popevka kao UNESCO zaštićena baština, stari zanati, gastronomska ponuda restorana i OPG-a, vinarska ponuda na Međimurskoj vinskoj cesti, manifestacije kulturnog, zabavnog i sportskog karaktera, mnogobrojni sportsko rekreativni objekti i tereni u javnom i privatnom vlasništvu, mreža biciklističkih ruta, pješačke staze i šetnice.¹
- b) **Turistička suprastruktura** koju čine: 266 smještajna objekta s 2564 kreveta, od čega u je u hotelima 32% ležajeva, a u apartmanima, objektima obiteljskog smještaja i ostalim vrstama smještaja 68% ležajeva². U MŽ djeluje 30 restorana i 343 ostala objekata s usluživanjem hrane i pića te 14 registriranih kušaonica s ponudom vina i domaćih prehrambenih proizvoda³.
- c) **Portfelj etabliranih destinacijskih turističkih proizvoda** kojeg čine: *zdravstveni turizam* u Termama Sv. Martin, *enogastro turizam* na Međimurskoj vinskoj cesti i 10-ak restorana okupljenim pod labelom Međimurski gurman, *aktivni odmor* kojeg čini biciklistička mreža Međimurje Cyclist Welcome te 20-ak sportskih objekata i adrenalinskih centara, *kulturni turizam* temeljen na baštini i prezentiran kroz 10 uređenih baštinskih lokaliteta, muzeja i centara interpretaciju.

¹ Izvor: Strateški marketing plan turizma MŽ do 2023.g.

² Izvor: eVisitor 30.11.2024.

³ Izvor: Ured državne uprave MŽ za gospodarstvo 30.11.2024.

d) **Dosegnuti rejting Međimurja kao kvalitetne i održive turističke destinacije** na domaćem, a sve više i stranim tržištima pogotovo: Slovenije, Austrije i Poljske što je potvrđeno dobivanjem tri oznake Europske destinacije izvrsnosti (EDEN 2007., 2015., 2019.), Švicarske turističke nagrade (STA 2016.) nagradom za najuspješniju turističku destinaciju kontinentalne Hrvatske (2019.), nagradom za najuspješniju turističku destinaciju Hrvatske za održivi, inovativni i pametni turizam (2022.g.), 2023.g. dobivena je nagrada Green Destinations kao prva regija u RH i četvrta u svijetu, 2024. godine TZMŽ je **nagrađena Zlatno jabukom koju dodjeljuje Svjetska organizacija turističkih novinara FIJET**. Rejtingu TZMŽ doprinos i činjenica što je od 2018.g. pridružena članica Svjetske turističke organizacije (UNWTO).

e) **Ostvarenje obujama turističkog prometa u razdoblju 01.01.-30.11.2024.**⁴

U prvih 11 mjeseci 2024. godine fizički obujam prometa (dolasci i noćenja) realizirani su u skladu s Programom rada TZMŽ za 2024.g.

Dolasci i noćenja 01.01. - 30.11.2024.

	01.01.2024.-30.11.2024.		01.01.2023.-30.11.2023.		Godišnji indeks	
	Godišnji		Godišnji		Indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Domaći	50.322	103.309	46.998	98.218	107,07%	105,18%
Strani	43.777	110.521	41.495	107.778	105,50%	102,55%
Ukupno	94.099	213.830	88.493	205.996	106,33%	103,80%

Dolasci i noćenja prema zemlji dolaska 01.01.- 30.11.2024.

01.01.2024.-30.11.2024.		01.01.2023.-30.11.2023.		Godišnji indeks	
Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hrvatska {50.322}	Hrvatska {103.309}	Hrvatska {46.998}	Hrvatska {98.218}	Hrvatska {107,07%}	Hrvatska {105,18%}
Slovenija {13.248}	Slovenija {31.875}	Slovenija {12.411}	Slovenija {30.998}	Slovenija {106,74%}	Slovenija {102,83%}
Poljska {5.669}	Njemačka {13.657}	Poljska {5.342}	Njemačka {13.723}	Poljska {106,12%}	Njemačka {99,52%}
Njemačka {3.848}	Poljska {11.508}	Njemačka {3.738}	Poljska {12.972}	Njemačka {102,94%}	Poljska {88,71%}
Austrija {3.642}	Austrija {7.827}	Austrija {3.510}	Austrija {7.766}	Austrija {103,76%}	Austrija {100,79%}
Slovačka {2.264}	Italija {4.271}	Češka {2.542}	Češka {6.083}	Slovačka {89,63%}	Italija {106,86%}
Češka {2.079}	Češka {3.818}	Slovačka {2.526}	Slovačka {4.387}	Češka {81,79%}	Češka {62,77%}
Mađarska {1.623}	Slovačka {3.578}	Mađarska {1.693}	Italija {3.997}	Mađarska {95,87%}	Slovačka {81,56%}
Ukrajina {1.349}	Mađarska {3.293}	Ukrajina {1.289}	Mađarska {3.338}	Ukrajina {104,65%}	Mađarska {98,65%}
osna i Hercegovina {1.327}	osna i Hercegovina {3.090}	Italija {1.271}	Ukrajina {2.833}	osna i Hercegovina {119,23}	osna i Hercegovina {110,95}
Ostalo {8.728}	Ostalo {27.604}	Ostalo {7.173}	Ostalo {21.681}	Ostalo {121,68%}	Ostalo {127,32%}

⁴ Izvor: eVisitor 30.11.2024.

1.3. OCJENA EKSTERNOG OKRUŽENJA

Prema ocjeni Euromonitora iznesenoj na turističkoj burzi WTM London „*Ubuduće će biti od vitalnog značaja uzeti u obzir stvarne troškove turističke potražnje u smislu potrošnje vode, količine stvorenog otpada, potrošene energije, utjecaja na biološku raznolikost, porijeklo hrane i zagađenje. U središte pažnje trebat će staviti samu zajednicu i vrijednosti koje ona dobiva razvojem turizma. Isto tako, ako turističke tvrtke budu gledale samo kratkoročno kako preživjeti i stoga počnu uvelike snižavati svoje cijene, to će biti trka »prema dnu«. Prihvatanje digitalizacije i izgradnja proizvoda i usluga koji imaju odjeljak kod potrošača bit će ključ za poboljšanje kvalitete i dinamike cijena. Pritom će sve naglašenije biti i korištenje umjetne inteligencije (AI) u stvaranju ponude prema preferencijama pojedinog gosta, a koju su počele koristiti sve više turističkih tvrtki, ali i putnika koji su se počeli oslanjati na aplikacije temeljene na umjetnoj inteligenciji kako bi im pomogle naći najbolje ponude. Umjetna inteligencija u turizmu sigurno je jedna od novosti koje će u postcovid turizmu biti sve prisutne. »Zeleni« pristup turizmu bit će također jedan od trendova pa su tako neke zemlje već uvele takozvane »zelene putovnice« u kojima putnici mogu izračunati koliki ugljični otisak ostave u nekoj destinaciji, izabrati agencije, smještaj, prijevoz i ostalu ponudu koja je eco-friendly i slično.*

Prema Ministarstvu turizma i sporta RH cilj je Hrvatske da se turistički sektor preorijentira na održivi „mod“ poslovanja u periodu do 2030.g. u skladu s time donijet je i Zakon o turizmu s pravilnicima te obvezom izrade Plana upravljanja destinacijom.

U skladu s iznesenim prognozama relevantnih međunarodnih i nacionalnih organizacija procjenjujemo da MŽ prati navedene trendove te da može očekivati benefite tih ulaganja.

1.4. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U MŽ ZA 2025.g.

Obzirom na ocjenu internog i eksternog okruženja procjenjujemo da će Međimurje u 2025. godini ostvariti rast broja dolazaka do 5 % i broj noćenja do 3% u odnosu na 2024.g. Prosječna dužina boravka gostiju procjenjuje se na 2,28 dana. Prosječna dnevna potrošnja gostiju procjenjuje se na oko 140 eura.

1.5. PROGRAMSKI CILJEVI TURIZMA MŽ ZA 2025.g.

U skladu s Strateškim marketing planom turizma MŽ operativni ciljevi Programa rada TZMŽ za 2025. godinu su:

- povećanje broja noćenja za 3% u odnosu na 2024.g.
- produženje prosječne dužine boravka gostiju za 5% u odnosu na 2024.g.
- povećanje prosječne dnevne potrošnje posjetitelja za 2% u odnosu na 2024.g.
- povećanje zadovoljstva lokalne zajednice razvojem turizma za 5% u odnosu na 2023.g.

II. PLAN PRIHODA

Tijekom 2025. godine planiraju se ostvariti ukupni prihodi u iznosu **1.123.000,00** eura što je 29% više u odnosu na 2024.g. Kod planiranja prihoda uzeti su u obzir slijedeći preduvjeti i okolnosti:

1. IZVORNI PRIHODI

Očekivani rast osnovice za obračun članarine zbog rasta gospodarske aktivnosti i inflacijskih utjecaja te rast broja noćenja dovesti će do rasta izvornih prihoda za 5 % u odnosu na 2024.g. te će iznositi 114.000 eura i činiti će 10 % u strukturi prihoda.

2. PRIHODI OD VLASTITE DJELATNOSTI

TZMŽ planira ostvariti prihod u visini 1.000 eura od prodaje ulaznica za posjećivanje Centra za posjetitelje EMM.

3. PRIHODI IZ PRORAČUNA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Odlukom o Proračunu Međimurska županija za 2025.g. utvrđena je potpore za rad TZMŽ u visini **440.000** eura što je 10% više u odnosu na 2024. u strukturi prihoda čine 38,66 %. Sredstva su namijenjena sufinanciranju provođenja EU projekata, razvoju turističkog proizvoda, potpori manifestacijama, radu strukovnih udruga te oglašavanju.

4. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Temeljem pravilnika i javnih poziva Ministarstva turizma za sufinanciranje projekata iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, Fonda za udružene turističke zajednice i sredstava za izravnane za nerazvijene TZŽ procjenjuju se prihodi u visini **300.000,00** eura. Potpore su namijenjeni realizaciji promotivnih kampanja i razvoja turističkih proizvoda.

Potpore od 300.000 eura za projekte LTZ iz Fond za turistički nerazvijena područja su tranzitna sredstva i ne knjiže se u redovne prihode TZMŽ.

5. PRIHODI IZ EU FONDOVA

Prihod od **205.000,00** eura se odnose na povrat sredstava predfinanciranih u 2024.g. i povrat za aktivnosti provedene i predfinancirane u prvoj polovni 2024.g. i to za projekte: CE- Accessible Spaces for All Interreg Central Europe, IBC Interreg Danube, Zlatarske avanture Interreg SI/HR, Intepretacijski centar Feštetić NPOO, Intepretacijski centar Palača Međimurske popevke NPOO. Ovi prihodi čine 18% u strukturi ukupnih prihoda.

6. PRENESENI PRIHOD/MANJAK IZ PRETHODNE GODINE

Planiran prijenos višak prihoda ostvaren u 2024.godini iznosi 60.000 eura i čini 5,34% u strukturi prihoda.

7. OSTALI PRIHODI

U iznosu od 1.000 eura odnose se na pozitivnu kamatu depozita po žiro računima i dr.

- ❖ **Kratkoročno zaduživanje po minusu na žiro računu:** za održavanje tekuće likvidnosti i predfinanciranje EU projekata planira se koristiti dozvoljeno prekoračenje kod OTP banke u visini do **66.000** eura.

III. PLAN AKTIVNOSTI

1.	ISTRAŽIVANJE I STATEŠKO PLANIRANJE
1.1.	Izrada strateških i operativnih dokumenata
<i>Opis aktivnosti</i>	<p>U skladu sa Strategijom razvoja održivog turizma i Zakonom o turizmu jedan od zadataka regionalnih turističkih zajednica je izrada i donošenje planskih razvojnih dokumenata strateškog i operativnog nivoa. U skladu s time TZMŽ će izraditi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan upravljanja destinacijom - Međimurje 2025-2029. • <i>Strategiju razvoja održivog turizma MŽ za razdoblje 2025-2029.</i> • <i>Akcijski plan razvoja cikloturizma MŽ 2025-2029.</i> <p>Dokumenti će se izraditi kroz participiranje širokog kruga dionika iz turističkog sektora javnog, privatnog i nevladinog.</p> <p>Predsjednik TZMŽ sazivati će najmanje jednom godišnje Regionalnu koordinaciju predsjednika turističkih zajednica s područja Međimurske županije. Koordinacija se saziva radi osiguravanja usklađenosti planskih dokumenata i provedbe strateških ciljeva, a osobito vezano uz prikupljanje podataka i analizu stanja razvoja destinacije, valorizaciju i razvoj atrakcija, dostupnost destinacije, razvoj javne turističke infrastrukture, upravljanje turističkim tokovima, promet u destinaciji, javne službe i sigurnost.</p>
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Osigurati održivi razvoj turizma u Međimurskoj županiji. • Osigurati daljnji razvoj cikloturizma u Međimurskoj županiji.
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Izrađeni i javnosti prezentirana 4 planska dokumenata.
<i>Provedbeni partneri</i>	MŽ, REDEA, LTZ, JLS, dionici iz privatnog sektora
<i>Troškovi Eur</i>	70.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-10

1.	ISTRAŽIVANJE I MARKETINŠKO PLANIRANJE
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta
<i>Opis aktivnosti</i>	U suradnji s znanstvenom zajednicom provoditi će se istraživanje preferencija ciljanih tržišta, zadovoljstva gostiju, lokalne zajednice i dionika u turizmu MŽ radi praćenja održivosti i prezentacije javnosti i međunarodnoj znanstvenoj zajednici.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Povećati efikasnost marketinških aktivnosti na ciljanim tržištima
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Izrađen i javnosti prezentirani rezultata istraživanja.
<i>Provedbeni partneri</i>	n/a
<i>Troškovi Eur</i>	8.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti
<i>Opis aktivnosti</i>	Proces podrazumijeva mjerenje učinaka postavljenog brend-koncepta, odnosno njegove primjene prikladnim promocijskim i komunikacijskim alatima za 2024. Pri tome je SMPTMŽ prihvaćeni okvir djelovanja TZMŽ u sferi turističke promocije. Za provedbu će se angažirati specijalizirana agencija.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Optimiziranje učinaka sredstava namijenjenih turističkoj promociji
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Izrađen 1 dokumenta s valorizacijom efekata provedenih aktivnosti komunikacija i oglašavanja
<i>Provedbeni partneri</i>	Komercijalni smještajni objekti s područja MŽ
<i>Troškovi Eur</i>	8.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-3

2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda
Opis aktivnosti	Okolišno odgovoran i resursno utemeljen razvoj osnova je sustava upravljanja i poticanja razvoja turizma MŽ. Stoga je potrebno sagledavanje i vrednovanje cjelovite resursne osnove, kako afirmirane, tako i neafirmirane, odnosno uspostavljanje digitalnog katastarsa i atlasa županijske resursno-atraksijske osnove kao središnje baze podataka.
Ciljevi aktivnosti	Uspostavljanje digitalnog registra/kataloga prirodne i kulturne baštine te druge resursno atrakcijske osnove destinacije.
Pokazatelji uspješnosti	Aktivna i ažurirana 1 digitalna baza resursno atrakcijske osnove dostupna korisnicima.
Provedbeni partneri	LTZ, JLS
Troškovi Eur	4.000,00
Rokovi provedbe	1-12
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda
Opis aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Slijedom dosadašnjih iskustava ali i široko prisutne prakse na međunarodnom turističkom tržištu, MŽ je tijekom 2023.g. uveo Green Destinations certifikat kao cjelovit sustav kvalitete usmjerene na osiguranje zadovoljstva ciljanih segmenata potražnje u budućnosti. Tijekom 2025.g. nastaviti će se suradnja s ovom međunarodnom oznakom održivog turizma i provesti recertifikacija za GD i Good travel seal za komercijalne dionike. • U skladu s kriterijima globalno poznatog gastronomskog brenda Slow food provoditi će se aktivnosti na uključivanje najmanje jednog restorana u ovaj brend i osnivanja codominija za Međimurje. • U suradnji s nositeljem brenda i Klasterom Središnje Hrvatske provoditi će se aktivnosti evaluacije restorana za gastronomsku oznaku kvalitete Okusi Tradicije Međimurja te zajedničke promocije koji je uveden za restorane tijekom 2023.g. • TZMŽ će marketinški podržati formiranje i djelovanje Eko regije Međimurje kao člana međunarodne mreže Bio District .
Ciljevi aktivnosti	Daljnje unapređenje sustava prepoznatljive kvalitete usluga visoke dodane vrijednosti i tržišne prepoznatljivosti kao održive destinacije i destinacije kvalitetne gastronomske ponude.
Pokazatelji uspješnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Produžen Green Destinations certifikat održivosti turističke destinacije • Minimalno 1 restoran označen oznakom Slow food • Minimalno 8 restorana upisanih u vodič Okusi tradicije Međimurja • MŽ postala Eko regija.
Provedbeni partneri	HTZ, REDEA, MŽ. Centar dr. Steiner , dionici iz komercijalnog sektora
Troškovi	44.000,00 Eur

2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
2.3.	Podrška razvoju turističkih događaja
<i>Opis aktivnosti</i>	Atraktivne manifestacije su efikasan način izgradnje imidža destinacije i motiv za ostvarivanje turističkih noćenja, radi toga će se: <ul style="list-style-type: none"> • provesti javni poziv i dodijeliti financijske potpore organizatorima događanja • uključiti kao suorganizator festivala Urbanovo i C2C bike utrke
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Porast kvalitete sadržaja i organizacijskih kapaciteta organizatora turističkih evenata • Povećati prepoznatljivost i imidž Međimurja kao cjelogodišnje turističke destinacije
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Proveden 1 javni poziv i isplaćene potpore organizatorima događanja, • Održana 2 turistička događanja suorganizirana od TZMŽ.
<i>Provedbeni partneri</i>	LTZ, LAG, MŽ, komercijalni dionici, NVO
<i>Troškovi Eur</i>	80.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12
2.4.	Turistička infrastruktura – Program Ekomuzej Međimurje
<i>Opis aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • U skladu s Operativnim marketing planom Ekomuzeja Međimurje <ul style="list-style-type: none"> - osuvremeniti će se i inovirati novim multimedijalnim sredstvima i aplikacijama postav Centra za posjetitelje EMM-a u sklopu Međimurske palače turizma, - kreirati će se i na tržište lansirati 1 living history program u okviru EMM - sufinancirati opremanje 2 baštinska lokaliteta EMM
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Povećati kvalitetu, prepoznatljivost i vidljivost proizvoda kulturnog turizma MŽ te posebice EMM-a
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Uvedena 1 tehnološka inovacija i ažuriran sadržaj stalnog postava CP EMM • Kreiran i na tržište lansiran 2 nova living history programa u sklopu EMM • Sufinancirano opremanje 2 izložbena postava IC EMM.
<i>Provedbeni partneri</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dionici EMM-a
<i>Troškovi Eur</i>	25.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12

2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
2.5.	Podrška turističkoj industriji
<i>Opis aktivnosti</i>	<p>Suvremeno turističko tržište pretpostavlja stvaranje kompleksnih turističkih proizvoda koji podrazumijevaju povezivanje, odnosno suradnju većeg broja ponuditelja različitih usluga stoga će se:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sufinancirati aktivnosti na provedbi Operativnog marketing plana Međimurske vinske ceste u suradnji s Udrugom vinara i vinogradara Hortus Croatiae s ciljem daljnjeg unapređenja kvalitete usluga i promocije • nastaviti suradnja s DMK sa svrhom stvaranja zajedničkih programa za: školske grupe, luksuzni turizam, aktivni odmor, održivi turizam, enogastronomiju te poticanja putovanja održivim transportom (željeznica, hop on/off) • pružati savjetodavna potpora provođenja projekata dionika iz javnog i komercijalnog sektora odobrenih od NPOO ili drugih EU fondova • nastaviti provedba marketing plana projekta „100 dvoraca sjeverne hrvatske“ u suradnji s TZ Varaždinske i Krapinsko zagorske županije • nastaviti sufinanciranje rada Udruge turističkih vodiča MŽ • nastaviti aktivnosti na uspostavljanju i djelovanje Klastera sportskog turizma MŽ rad daljnjeg jačanja ponude aktivnog odmora • nastaviti višegodišnji program “Laboratorij održivog turizma” kojim će se nastojati smanjiti CO2 otisak prouzročen turističkim aktivnostima i stvoriti znanstveno – stručni tim koji će razvijati i promovirati primjere dobre prakse održivog turizma u RH i šire, • nastaviti će se aktivnosti na označavanju pješačke staze „Camino Međimurje“ i održavanje sustava staza „Kreni cipelcugom“.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Unapređenje kulture posluživanja, konzumiranja i promocije međimurskih tradicionalnih namirnica i vina na MVC • Horizontalno i vertikalno povezivanje poduzetnika i povećan plasman turističkih proizvoda na tržište izletničkih i školskih grupa • Poticanja putovanja željeznicom i održivog destinacijskog transporta radi smanjenja CO2 otiska. • Jačanje kapaciteta i kompetencija strukovnih udruga • Povećanje posjećivanja dvoraca i kulturne baštine u sjevernoj Hrvatskoj • Povećanje diferzifikacije turisitčke ponude Međimurja
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • porasla prepoznatljivost gastronomskih i enoloških proizvoda MŽ na tržištu • porasla kvaliteta turističke interpretacije, • smanjen CO2 otisak u destinaciji • porast atraktivnosti enogastro ponude i ponude aktivnog odmora
<i>Provedbeni partneri</i>	Udruga vinara Hortus Croatiae, DMC, zainteresirani dionici iz komercijalnog sektora, Udruga turističkih vodiča MŽ, Muzej Međimurja Čakovec, TZŽ Varaždinska, TZŽ Krapinsko-zagorska, Savez sportskih udruga MŽ, JU REDEA,
<i>Troškovi Eur</i>	29.000,00
<i>Rokovi</i>	1-12

2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
2.6.	Provedba projekata sufinanciranih iz EU fondova
<i>Opis aktivnosti</i>	<p>TZMŽ će provoditi projekte sufinancirane iz EU fondova:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ „IBC“ OP Interreg Danube - cilj projekta je valorizacija prirodnih i kulturnih dobara u pograničnim područjima u nepovoljnom položaju transnacionalnim razvojem biciklističkih staza s fokusom na uključivanje lokalnih ranjivih skupina. IBC pilot projekti i rješenja za inkluzivno upravljanje stazama i ciljanje na srebrne dobne skupine, popraćeni transnacionalnim marketingom i promotivnim aktivnostima, dovest će do pristupačne mreže socijalno inkluzivnih biciklističkih staza. ➤ „Space 4 all“ OP Interreg Central Europe – osnovni cilj projekta je unaprijediti pristupačan turizam za osobe s invaliditetom u ruralnim pograničnim regijama u srednjoj Europi. Pristupačni turizam omogućuje osobama s invaliditetom samostalno putovanje. Ali još uvijek često postoji nedostatak svijesti o njihovim potrebama što će se kroz projekt unaprijediti. TZMŽ će razvijati turističke pakete s tim ciljem. ➤ „Zlatarske avanture“ OP Interreg SI/HR - glavni cilj projekta je razvoj aktivnog turizma temeljenog na zlatarskoj tradiciji u slovensko-hrvatskom prekograničnom području. TZMŽ će kreirati i testirati pakete za aktivni odmor i izraditi promotivne materijale. ➤ „Amazon of Europe“ OP Interreg HU/HR – je strateški projekt OP kroz koji za cilj ima osnaživanje posjetiteljske infrastrukture će se kreiranje programa za cikloturiste i uređenje interpretacijskog centra dr. R. Steinera u Donjem Kraljevcu ➤ „Rekonstrukcija i prenamjena Dvorca Feštetić u interpretacijski centar“ NPOO - u okviru ovog projekta od strateške važnosti za razvoj gastronomskog i kulturnog turizma građevinski će se rekonstruirati objekt kaštela i opremiti ga za potrebe interpretacije međimurske kulinarske baštine. Aktivnosti TZMŽ odnose se na izvedbu promotivna kampanje, edukacije i završnog eventa. ➤ „Interpretacijski centar Palača Međimurske popevke“ NPOO – glavni cilj ovog strateškog projekta razvoja kulturnog turizma je uspostavljanje uvjeta za djelovanje interpretacijskog centra za UNESCO nematerijalnu kulturnu baštinu Međimurske popevke. TZMŽ će u okviru svojih aktivnosti provoditi organizaciju press konferencija, izraditi promotivne materijale, knjigu grafičkih standarda i osigurati vidljivost projekta.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontalno i vertikalno povezivanje poduzetnika i povećan plasman turističkih proizvoda na tržište za osobe s posebnim potrebama i zrele dob • Jačanje kapaciteta i kompetencija turističkih dionika • Povećanje posjećivanja dvoraca i kulturne baštine u Međimurju • Povećanje atraktivnosti Međimurske popevke kao turističkog proizvoda • Povećanje diverzifikacije turističke ponude Međimurja
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • porasla prepoznatljivost gastronomije, baštine i aktivnog odmora • porasla kvaliteta turističke interpretacije, • smanjen CO2 otisak u destinaciji • porast atraktivnosti interpretacije enogastro ponude, baštine i aktivnog odmora
<i>Provedbeni partneri</i>	MŽ, REDEA, Općina Donja Dubrava, Općina Pribislavec, LAG Med Murom i Dravom, partneri iz Slovenije, Mađarske, Njemačke, Češke, Slovačke
<i>Troškovi Eur</i>	150.000,00
<i>Rokovi</i>	1-12

3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
3.1.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture
<i>Opis aktivnosti</i>	Koncepcijom turističkog razvoja uspostavljen je brend-koncept „ Međimurje – doživi zeleno “ koji destinaciju opisuje kao mjesto posvećeno zdravom i aktivnom stilu života i odmora. Za potrebe komuniciranja brend koncepta definirati će se: zvučni logo, ikone, simboli, mitovi i prepoznatljive osobe – ambasadori destinacijskog brend koncepta.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljanje ključnih odrednica konkurentnog brend-koncepta Međimurja
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificirane i u javnost /tržišta komunicirane brend konstante i najmanje dva ambasadora međimurskog turizma
<i>Provedbeni partneri</i>	LTZ, komercijalni i javni dionici , mediji
<i>Troškovi Eur</i>	9.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-4
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda
<i>Opis aktivnosti</i>	U skladu s definiranom brend koncepcijom MŽ iz SMPTMŽ provoditi će se: ugovaranje medija, oglašivača i agencija, nadzor provedbe, priprema potrebnih inputa, komunikacija s dionicima i javnostima, <ul style="list-style-type: none"> • oglasne kampanje u offline i online medijima na domaćem i stranim tržištima u skladu s media mixom • strateške kampanje provoditi će se na tržištima Hrvatske i Slovenije • naglasak kampanja biti će na: održivom/zelenom turizmu, društveno odgovornom turizmu i enogastronomiji • u regionalnim medijima provoditi će kampanja edukacije i osvježavanje javnosti o održivom i društveno odgovornom turistu
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • porast opće tržišne prepoznatljivosti i vidljivosti destinacije na tržištima • porast fizičkih pokazatelja turističkog prometa za 3 i 5% u odnosu na 2024.g. • porast tržišne prepoznatljivosti vidljivosti turističkih proizvoda MŽ
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Provedene kampanje za ciljana tržišta, • Provedeno udruženo oglašavanje u vrijednosti
<i>Provedbeni partneri</i>	LTZ, dionici iz komercijalnog sektora,
<i>Troškovi Eur</i>	205.000,00
<i>Rokovi</i>	1-12

3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR
<i>Opis aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Ugovoriti će se suradnja s vanjskim suradnicima koji mogu podići vodljivost međimurskog turizma u nacionalnim medijima, pripremati i distribuirati PR materijali, kontaktirati domaći i međunarodni mediji, organizirati tiskovne konferencije, organizirati prigodne nagradne igre i druge aktivnosti. Studijska putovanja za predstavnike medija organizirati će se u suradnji s HTZ i samostalno. TZMŽ će pokrivati troškove: transfera unutar destinacije, ugostiteljske troškove i vođenje. U suradnji s zainteresiranim LTZ i komercijalnim partnerima organizirati će se samostalni dolasci medija u destinaciju.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Poboljšati dvosmjernu komunikaciju s zainteresiranim javnostima. Povećanje motivacije novinara za pisanje o ponudi destinacije i specifičnim turističkim proizvodima.
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Prikupljeni press clipping i analiza kroz aktivnost 1.3. Minimalno 20 prihvaćenih novinara
<i>Provedbeni partneri</i>	HTZ, LTZ, dionici iz komercijalnog sektora
<i>Troškovi Eur</i>	70.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje
<i>Opis aktivnosti</i>	U uvjetima jasno izraženog trenda rasta putovanja koja su orijentirana na maksimizaciju ugone i doživljaja u ograničenom vremenu, iskustva brojnih destinacija ukazuju na to da turističke hop on - hop off linije povećavaju zadovoljstvo posjetitelja, a ujedno doprinose smanjenju CO2 otiska unutar destinacije. Da bi se omogućilo posjetiteljima da konzumiraju i uživaju u bogatoj i raznolikoj mreži usluga, aktivnosti i atrakcija koje MŽ nudi, uspostavljaju se međusobno povezane turističke autobusne kružne hop on-hop off linije. U suradnji s komercijalnim partnerima sufinancirati će se dio komercijalne cijene hop on/off paketa do trenutka potpune komercijalne ekonomske projekta.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Povećavanje unutar županijske mobilnosti posjetitelja. Porast izvanpansionske potrošnje gostiju za 10% u odnosu na 2024.g. Porast prosječne dužine boravka za 10% u odnosu na 2024.g. Smanjenje negativnog CO2 otiska kroz supstituciju prometa osobnih automobila
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Aktivan sustav hop on hop off bus tijekom cijele godine Uključeno najmanje 10 partnera u sustav Porast pokazatelja prosječne potrošnje i dužine boravka za 10%
<i>Provedbeni partneri</i>	Dionici iz komercijalnog sektora koji zadovolje kriterije iz javnog poziva, nekomercijalni ponuđači turističkih usluga (muzeji, javne ustanove i dr.)
<i>Troškovi Eur</i>	7.000,00
<i>Rokovi</i>	1-12

3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
<i>Opis aktivnosti</i>	U skladu SMPTMŽ i izraženim interesom komercijalnih partnera te suradnji s HTZ, LTZ, DMC i dionicima komercijalnog sektora provoditi će se organizacija nastupa na: <ul style="list-style-type: none"> • 2 specijalizirana turistička sajma • 3 posebnih prezentacija u sklopu specijaliziranih evenata • 10 poslovnih radionica B2B u inozemstvu
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Porast tržišne prepoznatljivosti, vidljivosti destinacije i direktna prodaja
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Proveden nastup na minimalno 10 turističkih poslovnih skupa, • Uspostavljen kontakt s minimalno 50 novih organizatora putovanja
<i>Provedbeni partneri</i>	HTZ, LTZ, DMC, dionici iz komercijalnog sektora, LAG, JU R. Steiner
<i>Troškovi Eur</i>	50.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja
<i>Opis aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s HTZ i LTZ provoditi će se organizacija prihvata i provođenja programa posjećivanja turoperatora i turističkih agencija u destinaciji. • Suorganizacija Turističke burze „Put“ u suradnji s agencijom Vall042 i UHPOM • TZMŽ će sufinancirati: transfer, posebne programe, ugostiteljske usluge, a participirati će LTZ u dijelu organizacije programa, vođenja i prehrane.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Povećanje poznavanja i motivacije agenata za uključivanje turističkih proizvoda destinacije u prodajne kanale
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Minimalno 10 prihvaćenih agenata i provedenih programa upoznavanja destinacije i destinacijskih proizvoda
<i>Provedbeni partneri</i>	HTZ, LTZ, DMC
<i>Troškovi Eur</i>	20.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12

3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
3.7.	Kreiranje promotivnih materijala
<i>Opis aktivnosti</i>	Sukladno definiranim standardima SMPTMŽ i definiranim branding sustavom i brand arhitekturom kreirati će se i producirati: <ul style="list-style-type: none"> • tekstualni, fotografski, grafički i video materijali za potrebe objava na web stranicama i kanalima društvenih mreža TZMŽ, • nabavljati suveniri i ostali različiti promotivni materijali za poklone za redovne aktivnosti • producirati tiskani promotivni materijali: opća image brošura, turistička karta, karta MVC, karta pješačkih staza, brošura i krta EMM-a
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Porast kvalitete sadržaja, vidljivosti i prepoznatljivosti, turističke destinacije na web i web 2.0 platformama • Osigurati atraktivne tiskane promotivne materijale za komunikaciju s tržištima
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	• Kreirano, tiskano i distribuirano 20.000 kom promo materijala
<i>Provedbeni partneri</i>	n/a
<i>Troškovi Eur</i>	50.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12
3.8.	Razvoj i ažuriranje Destinacijskog Informacijskog sustava
<i>Opis aktivnosti</i>	U skladu sa smjernicama SMPMŽ osvježavati će se nova redizajnirani izgled centralnog portala www.visitmedimurje.com kao osnovnog alat e-marketinga. Ažurirati će se i održavati poslovne web stranice www.tzm.hr kao i stranica www.eventinfo.com te profili društvenih mreža YT, FB i Instagram.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Povećati broj korisnika DIS sustava i razinu informiranosti potencijalnih posjetitelja i najšire javnosti.
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Porast broja jedinstvenih korisnika za 10% u odnosu na 2024.g.
<i>Provedbeni partneri</i>	LTZ, ključni dionici komercijalnog sektora
<i>Troškovi Eur</i>	25.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12

3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
<i>Opis aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nastaviti će se kontinuirana aktivnost prikupljanja, obrade i distribucije podataka o ponudi i potražnji destinacije te ažuriranja baze. Nastaviti će se kontinuirana aktivnost naručivanja, izbora, otkup i distribucija fotografija i video materijala te drugih materijala prema potrebi. Materijali će biti dostupni na stocku u sklopu www.tzm.hr kako bi bili lako dostupni zainteresiranim medijima i drugim zainteresiranim.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Osiguravanje ažurnih podataka za potrebe informiranja i upravljanje destinacijom Osiguravanje kvalitetnih i atraktivnih fotografskih, video i drugih materijala za promociju destinacije.
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Javno dostupna ažurna baza podataka o ponudi i potražnji u destinaciji. Otkupljeno i distribuirano minimalno 10 minuta video materijala i do 100 novih fotografija .
<i>Provedbeni partneri</i>	LTZ, LAG
<i>Troškovi Eur</i>	10.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti
<i>Opis aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Na području MŽ djeluje 7 TIC-eva pri sustava TZ-a. Za njihovo kvalitetno djelovanje provodit će se koordinacija rada i edukacija informatora. Održavanje turističke (smeđe) signalizacije - na području MŽ postavljeno je 1500 oznaka smeđe turističke signalizacije i oznaka biciklističkih ruta. Putokaze i info table potrebno je kontinuirano održavati. Provoditi će se: izbor dobavljača za izradu elektroničkog katastra signalizacije, izrada studije obnav signalizacije, izrada i postavljanje novih te zamjenu dotrajalih putokaza i info tabli te održavanje bike odmorišta.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Porast kvalitete informiranosti gostiju u destinaciji Poboljšavanje djelovanja županijske mreže centra za posjetitelje Poboljšati stanje postavljene turističke signalizacije i kvalitetu usmjeravanja turista u destinaciji
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pružene informacije za cca 100.000 turista Provedene edukacije i izrađen priručnik za informatore Obnovljeno do 100 kom smeđih putokaza i info tabli .
<i>Provedbeni partneri</i>	LTZ i JU
<i>Troškovi Eur</i>	27.000,00
<i>Rokovi</i>	1-12

4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT		
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /e Visitor		
<i>Opis aktivnosti</i>	U skladu s uputama i zahtjevima HTZ sudjelovati će se u razvoju i ažuriranju podataka sustava e-Visitor. Provoditi će se: prikupljanje informacija i podataka, kontrola ispravnosti i pružanja uputa i informacija direktnim korisnicima – smještajnim objektima.		
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Osiguravanje pravodobnih i kvalitetnih podataka za praćenje dolazaka i noćenja te naplate boravišne takse i upravljanje destinacijom.		
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Nesmetano i kvalitetno funkcioniranje sustava eVisitor.		
<i>Provedbeni partneri</i>	HTZ, LTZ		
<i>Troškovi Eur</i>	Sadržani u plaćama djelatnika		
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12		
4.2.	Stručni skupovi i edukacije		
<i>Opis aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> • U svrhu provođenje edukacije i podizanje kompetencije zaposlenih u sustavu TZ u suradnji s djelatnicima zaposlenim u TZMŽ i LTZ-ima provesti će se anketa radi identificiranja tema i prioriteta za edukativne radionice, izvršiti će se odabir stručnjaka za provedbu edukacije, organizirati tehnički uvjeti za edukaciju, izraditi edukacijski materijali u elektroničkom formatu, a organizirati će se i jedno benchmarking studijsko putovanje. • Uključivati će se zaposlenici TZMŽ u edukacije koje organizira HTZ. • Provoditi će se individualni treninzi i „inhouse“ edukacije za dionike iz komercijalnog sektora u skladu s izraženim interesima i potrebama koje će se definirati putem javne online ankete. • U suradnji s partnerima suorganizirati će se međunarodna konferencija na temu održivog turizma • U suradnji s VIMAL akademijom uključiti će se u aktivnosti i sufinanciranje organizacije međunarodne znanstveno-stručne konferencije o razvoju ruralnog turizma. 		
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Podizanje razine kompetencija i vještina zaposlenih u sustavu TZ-a u MŽ i dionika iz komercijalnog sektora		
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Organizacija i provedba 5 edukativnih radionica i 1 studijskog putovanja za dionike iz sustava TZ i komercijalnog sektora, 2 međunarodna stručna skupa		
<i>Provedbeni partneri</i>	HTZ, LTZ , komercijalni dionici		
<i>Troškovi Eur</i>	23.000,00		
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12		

4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT
4.3.	Koordinacija i nadzor
<i>Opis aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> U skladu s Zakonom o turističkim zajednicama i promociji hrvatskog turizma provoditi će se nadzor i koordinacija LTZ što obuhvaća usklađivanje aktivnosti i nadzor planskih i izvještajnih dokumenata koje u propisanim rokovima i formi dostavljaju LTZ.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Osigurati zakonitost, efikasnost i kvalitetu rada sustava TZ-a MŽ
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Usvojeni planski i izvještajni dokumenti u sustavu TZ-a na vrijeme i kvalitetno. Provedeni projekti sufinancirani iz Fonda za turistički nerazvijena područja
<i>Provedbeni partneri</i>	LTZ, MINTS.
<i>Troškovi Eur</i>	Sadržani u plaćama djelatnika
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12
4.4.	Upravljanje kvalitetom destinacije
<i>Opis aktivnosti</i>	Polazeći od testiranog i verificiranog programa kvalitete turizma – IQM , TZMŽ je 2017.g. uspostavila model praćenja kvalitete European Tourist Indicator System-koji je Europska komisija razvila radi mjerenje procesa upravljanja održivosti, nadziranja destinacijskih performansi i napretka tijekom vremena. Radi nastavka aktivnosti angažirati će se agencija za prikupljanje i obrada podataka te organizirati javna prezentacija rezultata kao i njihova objava na www.tzmz.hr .
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Poboljšati proces održivog upravljanja destinacijom.
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Javno prezentirani pokazatelji za 2024.g. s komparacijom od 2017-2023.g., kvalitetni inputi za strateško planiranje.
<i>Provedbeni partneri</i>	LTZ, dionici privatnog sektora
<i>Troškovi Eur</i>	1.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12

4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT
4.5.	Poticanje na razvoj turistički nerazvijenih područja i poticanje na očuvanje i uređenje okoliša
Opis aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • TZMŽ će aktivno sudjelovati u procesima izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja turizmom u HR i MŽ. • Poticanje i razvoj turističkog proizvoda na nedovoljno turistički razvijenim područjima i na područjima gdje nisu osnovane TZ provoditi će se u suradnji s JLS-ima na čijem području nema osnovanih TZ-a, • Provoditi će se senzibilizacija lokalne javnosti za uređenje okoliša naselja i očuvanje prirodnih i ambijentalnih vrijednosti te će se u partnerstvu s regionalnim i lokalnim medijima provesti nagradni natječaj za najuređenije okućnice i okoliša smještajnih i drugih ugostiteljskih objekata. • Provoditi će se senzibiliziranje predstavnika JLS-a radi udruživanja u turistička područja u formalnom i neformalnom obliku. • Podržati će se rad NVO-a koji djeluju na području zaštite okoliša.
Ciljevi aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Osiguravanje kontinuiranog, dugoročnog održivog razvoja turizma • Povećanje ambijentalnosti turistički interesantnih naselja Međimurja
Pokazatelji uspješnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Uključenost TZMŽ u sve procese razvojnog planiranja na nivou MŽ i JLS • Provedena akcija senzibilizacije lokalne javnosti za turizam i očuvanje i uređenje okoliša
Provedbeni partneri	MŽ, JU REDEA, LTZ, JLS, regionalni i lokalni mediji
Troškovi Eur	1.000,00
Rokovi provedbe	1-12

5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA
Opis aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • TZMŽ je od 2018. godine pridružena članica Svjetske turističke organizacije UNWTO te koristi statističke podatke i primjere najbolje globalne prakse u razvoju vlastitog održivog turizma što je značajan i za rejting destinacije. • TZMŽ je od 2018. godine član LAG-a Međimurski bregi i doli te ima aktivnu ulogu u Upravnom odboru i Skupštini LAG-a, član je i Udruge turističkih novinara RH.
Ciljevi aktivnosti	Podizanje rejtinga i vidljivosti MŽ na međunarodno razini kao boutique destinacije održivog turizma i postizanja sinergije s lokalnim dionicima ruralnog razvoja
Pokazatelji uspješnosti	Aktivno članstvo u tijelima UNWTO , LAG-a, FIJET Hrvatska
Provedbeni partneri	UNWTO, LAG Međimurski bregi i doli, FIJET Hrvatska
Troškovi Eur	4.000,00
Rokovi provedbe	1-12

6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI
6.1	Plaće
<i>Opis aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> U Stručnoj službi TZMŽ je zaposleno troje djelatnika. U bruto plaću za redovni rad uključene su i naknade u skladu s Pravilnikom o radu TZMŽ. 85% bruto plaća financirano je iz EU projekata. Radi povećanja obima poslova planira se tijekom godine zaposliti jedan djelatnik na radnom mjestu informatora/ice.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje TZMŽ i izvršavanje Programa rada.
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Kvalitetno proveden godišnji Program rada
<i>Troškovi Eur</i>	150.000,00
6.2.	Materijalni troškovi
<i>Opis aktivnosti</i>	<p>Troškovi se odnose na: komunalne usluge (režije), uredski materijal, komunikacijske troškove, lizing službenog auta, službena putovanja zaposlenih, troškovi revizije, knjigovodstvene usluge, održavanje opreme, sitni inventar, reprezentacija ureda, premije osiguranja, bankarske usluge, kamate, ostale nespomenute troškove.</p> <p>85% materijalnih troškova financira se iz EU projekta.</p>
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje TZMŽ i izvršavanje Programa rada
<i>Pokazatelji uspješnosti</i>	Kvalitetno proveden godišnji Program rada
<i>Troškovi Eur</i>	50.000,00
<i>Rokovi provedbe</i>	1-12
6.3.	Tijela turističke zajednice
<i>Opis aktivnosti</i>	U skladu s odlukom T Vijeća članovima TV i Skupštine Isplaćivati će se naknade u visini 22,56 eura po sudjelovanju na sjednici i troškove prijevoza javnim prijevozom.
<i>Ciljevi aktivnosti</i>	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje TZMŽ i izvršavanje Programa rada
<i>Troškovi Eur</i>	3.000,00
9.	FONDOVI POSEBNE NAMJENE
<i>Opis aktivnosti</i>	Iz Fonda za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu te Fonda za udruživanje, a u skladu s Pravilnikom i kriterijima Javnog poziva dodijelit će se sredstava LTZ-ima i provesti kontrola namjenskog utroška.
<i>Ciljevi</i>	Potaknuti ravnomjerni razvoj turizma i ojačati kapacitete LTZ.
<i>Pokazatelji</i>	Transferirane potpore i provedeni projekti LTZ-a. Provedeni svi planirani projekti LTZ.
<i>Troškovi</i>	240.000,00

IV. FINANCIJSKI PLAN

PRIHODI

RB.	PRIHODI	Plan 2024.	Rebalans 2024.	PLAN 2025.	INDX	udio %
	Izvorni prihodi	90.000,00	108.168,58	114.000,00	105	10,15
1.	1.1. Turistička pristojba	47.000,00	57.364,43	60.000,00	105	5,34
	1.2. Članarina	43.000,00	50.804,15	54.000,00	106	4,81
2.	Prihod od vlastite djelatnosti	2.500,00	993,30	1.000,00	101	0,09
3.	Prihodi iz proračuna Međimurske županije	400.000,00	400.000,00	440.000,00	110	39,18
4.	Prihodi iz fondova sustava turističkih zajednica	360.000,00	263.885,83	300.000,00	114	26,71
5.	Prihodi iz EU fondova	110.000,00	94.335,01	205.000,00	217	18,25
6.	Prihodi od ostalih trgovačkih društava	6.000,00	0,00	2.000,00	0	0,18
7.	Preneseni prihod iz prethodne godine	0,00	0,00	60.000,00	0	5,34
	Ostali prihodi	500,00	2.709,91	1.000,00	37	0,09
	SVEUKUPNO	969.000,00	870.092,63	1.123.000,00	129	100

REALIZACIJA AKTIVNOSTI (IZDACI)

RB.	AKTIVNOSTI	Plan 2024.	Rebalans 2024.	PLAN 2025.	INDX	udio %
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	74.000,00	14.250,00	86.000,00	604	7,66
	1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih dokumenata	66.000,00	9.500,00	70.000,00	737	6,23
	1.2. Istraživanje i analiza tržišta	4.000,00	4.750,00	8.000,00	168	0,71
	1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	4.000,00	0,00	8.000,00	0	0,71
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	256.500,00	173.082,89	332.000,00	192	29,56
	2.1. Identifikacija i vrednov. resursa te strukturiranje tur. proizvoda	1.500,00	0,00	4.000,00	0	0,36
	2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	65.000,00	28.870,10	44.000,00	152	3,92
	2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	70.000,00	101.370,92	80.000,00	79	7,12
	2.4. Turistička infrastruktura	30.000,00	0,00	25.000,00	20	2,23
	2.5. Podrška turističkoj industriji	90.000,00	42.841,87	29.000,00	68	2,58
	2.6. Projekti sufinancirani iz EU fondova	0,00	4.761,72	150.000,00	3.150	13,36
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	433.200,00	400.507,54	473.000,00	118	42,12
	3.1. Definiranje branding sustava i brand arhitekture	10.000,00	2.542,04	9.000,00	354	0,80
	3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, tur. ponude i proizvoda	200.000,00	204.957,93	205.000,00	100	18,25
	3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	60.000,00	53.601,95	70.000,00	131	6,23
	3.4. Marketinške i poslovne suradnje	7.000,00	384,60	7.000,00	1.820	0,62
	3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	45.200,00	40.735,31	50.000,00	123	4,45
	3.6. Suradnja s organizatorima putovanja - Burza Put	3.000,00	400,00	20.000,00	5.000	1,78
	3.7. Kreiranje promotivnog materijala	50.000,00	84.158,61	50.000,00	59	4,45
	3.8. Razvoj i ažuriranje Destinacijskog informatičkog sustava	15.000,00	0,00	25.000,00	0	2,23
	3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10.000,00	600,00	10.000,00	1.667	0,89
	3.10. Turističko-informativne aktivnosti	33.000,00	13.127,10	27.000,00	206	2,40

RB.	AKTIVNOSTI	Plan 2024.	Rebalans 2024.	PLAN 2025.	INDX	udio %
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	46.300,00	21.494,57	25.000,00	116	2,23
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0,00	0,00	0,00	0	0,00
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	40.000,00	20.571,07	23.000,00	112	2,05
4.3.	Koordinacija i nadzor	0,00	0,00	0,00	0	0,00
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	1.300,00	923,50	1.000,00	108	0,09
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	5.000,00	0,00	1.000,00	20	0,09
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	4.000,00	3.693,30	4.000,00	108	0,36
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	3.000,00	3.384,02	3.000,00	89	0,27
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	1.000,00	309,28	1.000,00	323	0,09
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	155.000,00	180.607,59	203.000,00	112	18,08
6.1.	Plaće	121.000,00	130.370,54	150.000,00	115	13,36
6.2.	Materijalni troškovi	32.000,00	48.957,10	50.000,00	102	4,45
6.3.	Tijela turističke zajednice	2.000,00	1.279,95	3.000,00	234	0,27
7.	REZERVA	0,00	56.121,08	0,00	0	0,00
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	20.335,66	0,00	0	0,00
	SVEUKUPNO 1	969.000,00	870.092,63	1.123.000,00	129	100,00
9.	FONDOVI - posebne namjene					
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	150.000,00	205.347,39	240.000,00	117	0
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	30.000,00	0,00	0,00	0	0
	SVEUKUPNO 2	180.000,00	205.347,39	240.000,00	117	0
TOTAL	SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	1.149.000,00	1.075.440,02	1.363.000,00	127	0

IV. ZAVRŠNE ODREDBE

1.

Za izvršenje Programa rada i financijskog plana za 2025. godinu ovlašćuje se Turističko vijeće TZMŽ.

2.

Skupština ovlašćuje direktora da u svrhu provođenja Programa rada raspolaže financijskim sredstvima te ugovara usluge i robe u skladu s Pravilnikom o jednostavnoj nabavi TZMŽ i Financijskim planom koji je sastavni dio ovog Programa rada.

3.

U slučaju odstupanja od Financijskog plana većeg od 5% od ukupno planiranih sredstava donijet će se Rebalans financijskog plana najkasnije do 28. prosinca 2025.g.

4.

Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije Skupština Turističke zajednice Međimurske županije je na 12. sjednici održanoj 17.12.2024. godine donijela je Program rada TZMŽ za 2025. godinu.

5.

Program rada objavit će se na službenoj web stranici TZMŽ www.tzm.hr i dostaviti na uvid Hrvatskoj turističkoj zajednici i Ministarstvu turizma i sporta RH.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec




Čakovec, 17. prosinca 2024.

Broj: 162/24