



CVJETNJAK HRVATSKE – HORTUS CROATIAE

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
I FINACIJSKOG PLANA
TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE
ZA 2016. GODINU**



2015.



2016.



Rezervat biosfere Mura-Drava
Dunav



Izvrsnost u kvaliteti
gastromnije



Izvrsnost u kvaliteti
ponude Vinske ceste



Izvrsnost u kvaliteti
za cikloturizam

Ožujak, 2017.g.

SADRŽAJ

| | |
|--|-----------|
| 1. Uvod | 3 |
| 2. Analiza internog okruženja | 4 |
| 2.1. Turistička atrakcijska osnova | 4 |
| 2.2. Turistička suprastruktura | 5 |
| 2.3. Performanse turističkog sektora | 8 |
| 3. Analiza tržišta | 11 |
| 3.2. Kvalitativni trendovi od interesa za turizam u Međimurskoj županiji | 11 |
| 3.3. Obilježja kvalitativnih trendova | 12 |
| 3.4. Konkurentska pozicija Međimurske županije..... | 14 |
| 4. Izvršenje marketing plana TZMŽ za 2016.g. | 15 |
| 4.1. Ostvarenje ciljeva marketinške politike za 2016.g..... | 15 |
| 4.2. Ostvarivanje prihoda | 16 |
| 4.3. Realizacija marketinških aktivnosti | 16 |
| 4.3.1. Rad ured i tijela | 16 |
| 4.3.2. Dizajn vrijednosti ponude | 19 |
| 4.3.3. Komunikacija vrijednosti | 22 |
| 4.3.4. Distribucija i prodaja | 25 |
| 4.3.5. Interni marketing | 27 |
| 4.3.6. Koordinacija i nadzor | 28 |
| 4.3.7. Ostalo | 28 |
| 5. Izvršenje financijskog plana TZMŽ za 2016.g. | 30 |
| 6. Završne odredbe | 32 |

1. Uvod

Skupština turističke zajednice Međimurske županije je temeljem članak 17. Statuta TZMŽ na svojoj 4. sjednici održanoj 21. prosinca 2015. godine usvojila je Program rada s financijskim planom TZMŽ za 2016. godinu, a temeljem članka 54. Statuta na 6. sjednici Skupštine TZMŽ održanoj 20. prosinca 2016.g. prihvaćen je Rebalans financijskog plana za 2016.g.

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

Izvešće o izvršenju Plana rada i financijskog plana TZMŽ za 2016. godinu

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

Ovo izvješće podnijeto je na razmatranje i usvajanje Turističkom vijeću Turističke zajednice Međimurske županije koje ga je na svojoj 11. sjednici održanoj 23. ožujka 2017. usvojilo i predlaže ga kao takvo na usvajanje Skupštini Turističke zajednice Međimurske županije.

2. ANALIZE INTERNOG OKRUŽENJA ¹

2.1. Turistička atrakcijska osnova

Međimurska županija raspolaže bogatom resursno-atrakcijskom osnovom. To potvrđuju i brojne nagrade koje su županijske destinacije ili atrakcije dobile na nacionalnim natjecanjima. Primjerice, u natjecanju izvrsnosti kontinentalnog turizma (Zeleni cvijet Hrvatske turističke zajednice) Čakovec je u razdoblju od 2008. do 2010. godine uzastopno dobivao najviše ocjene u kategoriji uređenosti gradova srednje veličine, dok je u 2011. godini Perivoj Zrinskih ocijenjen kao najljepši perivoj, a Prelog u 2012. godini kao najuređenije mjesto do 5.000 stanovnika. Valja spomenuti da je Međimurska županija jedina hrvatska županija koja je na natjecanju European Destinations of Excellence (EDEN) od 2007. do 2015. godine dobila dva nacionalna pobjednika (Gornje Međimurje u 2015. i Sveti Martin na Muri u 2007. godini), a 2016. godine prestižnu Swiss Tourism Award. Također, u 2010. godini Sveti Martin na Muri dobio je srebrni cvijet europske asocijacije Entente Florale Europe, a 2016. godine međunarodnu nagradu Communities in Bloom.

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

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

¹ Master plan turizma Međimurske županije 2016-2020

2.2. Turistička suprastruktura

Sukladno podacima sa sustava **eVizitor** Hrvatske turističke zajednice, na području Međimurske županije na dan 31.12.2016. godine poslovala su **55** smještajna objekta s ukupno **659** smještajne jedinice i **1511** ležaja.

U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju hoteli s 299 smještajnih jedinica i 564 ležaja. U odnosu na 2015. godinu, ukupan smještajni kapacitet povećan je za 115 smještajnih jedinica (**rast 21%**) odnosno 119 ležajeva (**rast 8,5%**).

Lidersku poziciju prema broju smještajnih jedinica i postelja ima, sukladno podacima iz prosinca 2016. godine, Sveti Martin na Muri koji raspolaže s kapacitetom od 297 smještajnih jedinica i 626 osnovna ležaja. Dominantni oblik smještaja u toj destinaciji čini kompleks s hotelom od 151 sobe i 6 apartmana te dodatnim 101 apartmanom, a smještaj je organiziran i u 5 kućanstava s ukupno 15 smještajnih jedinica. Slijedi Čakovec sa 122 smještajne jedinice i 231 ležajem te Prelog sa 45 smještajnih jedinica i 85 osnovnih ležajeva. Osim u te tri destinacije hotelski smještaj organiziran je i u Donjem Kraljevcu. Sukladno podacima Turističke zajednice Međimurske županije od pet hotela, jedan hotel ima kategoriju 4 zvjezdice (Hotel Golfer, Toplice Sveti Martin), tri hotela imaju kategoriju 3 zvjezdice (Hotel Kralj, Donji Kraljevec; Hotel Panorama, Prelog; Hotel Prelog, Prelog) te jedan hotel kategoriju 2 zvjezdice (Hotel Park, Čakovec).

Terme Sv. Martin, kao pojedinačno najveći smještajni kompleks u Županiji (hotel Spa Golfer i Apartmani Regina), dio je Life Class grupacije i pozicionira se na tržištu kroz koncepte 'Pokreni se', 'Napuni se pozitivnom energijom', 'Doživi Međimurje' '100% prirodan odmor' s orijentacijom na proizvode zdravlja, wellnesa, biciklizma i sporta. U sklopu kompleksa nude se novo renovirani unutarnji termomineralni bazeni, wellness i beauty centar, Svijet sauna, Lumbalis centar zdravlja i ljetni aquapark. Također je u ponudi šest konferencijskih dvorana (10-450 mjesta). Prosječna ocjena 8,8/10 za Hotel Spa Golfer i 8,1 za apartmane Regina na Booking.com tražilici odražava visoku razinu zadovoljstva gostiju udobnošću i uslugom. Hotel Park u Čakovcu, dobro je lociran prema središtu grada te nudi dvorane za sastanke i skupove (multifunkcionalna dvorana s 10-300 mjesta). Prosječna ocjena 7,8/10 odraz je ispodprosječne ocjene sadržaja i udobnosti hotela koje kompenziraju uslužnost osoblja i lokacija. Hotel Panorama u Prelogu diferencira se lokacijom uz jezero Dubrava te vanjskim i unutarnjim sportskim terenima. Izvrsna ocjena 9,1/10 rezultat je zadovoljstva čistoćom, sadržajima i osobljem. U okviru odrednica tržišne i cjenovne pozicije, ponuda Hotela Kralj u Donjem Kraljevcu ocjenjuje se vrlo dobrom (ocjena 8,4), pri čemu su ključne odrednice ponude iznadprosječno ocijenjena čistoća i osoblje te udobnost objekta. Svi hoteli nude mogućnost rezervacije smještaja online. U skupini hotelskog i sličnog smještaja izdvajaju se i tri pansiona (Ilonka, Mursko Središće; Mamica, Pušćine; Golf, Donji Vidovec) s ukupnim kapacitetom 56 smještajnih jedinica te 115 stalnih ležajeva. Smještaj u kućanstvima i na seljačkim gospodarstvima organiziran je u Štrigovi (tri kućanstva s 9 stalnih ležajeva), Nedelišću (jedno kućanstvo s 4 stalne postelje), Čakovcu (jedno kućanstvo s 4 stalne postelje), Svetom Juraju na Bregu (jedno seljačko gospodarstvo s 15 stalnih postelja) te u Svetom Martinu na Muri (pet kućanstava s 37 stalni postelja). Na području županije poslovao je samo jedan hostel sa 16 smještajnih jedinica i 29 stalnih ležajeva u Nedelišću. Valja naglasiti da je u Županiji uspostavljen poseban standard kvalitete *Cyclist welcome* koji propisuje niz sadržaja kojima objekti moraju raspolagati kako bi bolje uslužili ciklo turiste. U

ovom trenutku s ovim posebnim standardom kvalitete raspolaže dvadesetak smještajnih objekata na području Županije.

Osim smještaja, karakteristična turistička djelatnost je i priprema i usluživanje hrane. Sukladno podacima Službe za gospodarstvo i imovinsko-pravne poslove Ureda državne uprave u Međimurskoj županiji, krajem 2015. godine² na području Županije ukupno je djelovalo 358 objekata izvan smještajnog ugostiteljstva, od čega 252 objekta usmjerena samo na usluživanje pica (caffè barovi, kavane i slični objekti) te 60-tak objekata koji nude i hranu i pice, od čega 23 restorana. Ugostiteljska ponuda dominantno je koncentrirana u Čakovcu što ć na lokalni karakter njihove tržišne orijentacije, a među važnijim turističkim odredištima i većim jedinicama lokalne samouprave ponudom ugostiteljskih objekata ističu se i Nedelišće i Mursko Središće. Na području Preloga posluje 9 objekata dok je svega 6 objekata registrirano u Svetom Martinu na Muri. Valorizirajući bogatu eno-gastronomsku tradiciju Međimurja, na području županije djeluje nekoliko relevantnih restorana čija kvaliteta prerasta lokalne okvira ('Dobri restorani'), a valja naglasiti da je Turistička zajednica Međimurske županije u cilju podizanja razine kvalitete i raznovrsnosti ponude ugostiteljske ponude uspostavila sustav ocjenjivanja restorana i ugostiteljskih destinacija znakovima 'Zlatni međimurski gurman' i 'Međimurski gurman' kojim se ocjenjuju prostor, osoblje, oprema, jela te sama ponuda objekata (uključujući primjerice korištenje domaćih namirnica, korištenje bućinog ulja, originalnost ponude i sl.). Enološki doživljaj Međimurja čije primarno povezati s ponudom Međimurske vinske ceste koja predstavlja jednu od najbolje organiziranih vinskih cesta u Hrvatskoj, s više od 30-tak vinara povezanih kvalitetnim prometnicama. Svi objekti na cesti su kategorizirani (1-3 grozda) i označeni turističkom signalizacijom, pri čemu se desetak vinara intenzivnije obraća turističkom tržištu. Ponuda je ipak pretežito usmjerena na organizirane grupe prema najavi.

Tablica 3 Aktivni objekti iz djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pica u MŽ stanje kraj 2015.

| | Županija | Čakovec | Nedelišće | Prelog | Mursko Središće | Sveti Martin na Muri |
|---|------------|------------|-----------|----------|-----------------|----------------------|
| Restoran | 23 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Bistro, pizzeria, grill, pivnica, gostionica, krčma | 37 | 12 | 3 | 2 | 2 | 0 |
| Cafe-bar, kavana | 252 | 79 | 14 | 7 | 13 | 5 |
| Ostalo | 46 | 29 | 3 | 0 | 4 | 1 |
| Ukupno | 358 | 129 | 20 | 9 | 19 | 6 |

Važan segment turističke ponude Županije predstavljaju i brojne, različito tematizirane manifestacije koje se organiziraju tijekom cijele godine u svim većim mjestima. Iako je dio manifestacija značajnije prepoznat na regionalnom i nacionalnom, a dio i na međunarodnom turističkom tržištu, manifestacije su ipak najvećim dijelom usmjerene na lokalnu ili unutaržupanijsku potražnju. Procjenjuje se, prema podacima Turističke zajednice Međimurske županije, da 42 važnije županijske manifestacije posjećuje ukupno do 400 tisuća

² Do dana sastavljanja ovog Izvještaja nisu bili dostupni podaci za 2016.g.

posjetitelja. Pri tome su brojem posjetitelja najvažnije kompleksne kulturne-urbane manifestacije od kojih Porcijunkolovo u Čakovcu privlači oko 230 tisuća posjetitelja. Prema kriteriju međunarodne privlačnosti posebno se izdvajaju sportsko-rekreacijske manifestacije kao što su primjerice BINEP te Međunarodni spust murskih ladji i Panonski maraton triju država, ali i manifestacije vezane uz nasljeđe Rudolfa Steinera.

Tablica 4 Manifestacije Međimurske županije u 2016. prema destinacijama, temama i broju posjetitelja

| | |
|--|---|
| Vinske manifestacije: ukupno 25 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Urbanovo s 13 tisuća posjetitelja) | |
| Planinarsko društvo <i>Bundek</i> ; Vincekov pohod ; 500 | TZ i OPĆINA Sv. Martin na Muri; Martinje u Sv. Martinu na Muri ; 4.000 |
| TZO Štrigova; Vincekovo u Štrigovi ; 500 | TZ Općine Nedelišće; Martinje u Nedelišću ; 2.400 |
| HKUU Sveti Martin na Muri; VINCEKOVO 2015. ; 500 | TZ Općine Štrigova; Štrigovsko martinje ; 2.500 |
| Društvo vinogradara i vinara <i>Hortus Croatiae</i> ; Urbanovo 2014. ; 13.000 | Grad Mursko Središće; Martinje u gradu rudara ; 400 |
| Steiner: ukupno 500 posjetitelja (najveća manifestacija Dani dr. Rudolfa Steinera s 350 posjetitelja) | |
| Centar dr. Rudolfa Steinera; 9. Dani dr. Rudolfa Steinera ; 350 | Centar dr. Rudolfa Steinera; 155. Rođendan dr. Rudolfa Steinera ; 100 |
| Poljoprivredne manifestacije: ukupno 1,5 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Dani ljuka i ekološke proizvodnje s tisuću posjetitelja) | |
| Općina Belica i Udruga međimurskih proiz. merk. krum.; Festival krumpira ; 360 | Općina D. Dubrava; Dani ljuka i ekološke proizvodnje ; 1.000 |
| Sportsko-rekreacijske manifestacije: ukupno 11 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija BIMEP s 3,2 tisuće i Međunarodni spust murskih ladji s 3 tisuće posjetitelja) | |
| Međimurski savez sportske rekreacije <i>SPORT ZA SVE</i> ; Biciklima međimurskim putevima – BIMEP 2014 ; 3.200 | TZ Općine Nedelišće; BIKIKLIJADA – <i>Stazama općine Nedelišće</i> ; 800 |
| TZ Općine Nedelišće; BIKIKLIJADA – <i>Stazama općine Nedelišće</i> ; 400 | BK Mura Avantura; XCO Halicanum Trophy ; 400 |
| Toplice Sveti Martin d. d.; Weekend Bike Festival ; 500 | TZ i OPĆINA Sveti Martin; Međunarodni spust murskih ladji ; 3.000 |
| Tour of Croatia – međunarodna biciklistička utrka kroz Hrvatsku (dio koji se realizira na području Međimurja) | BK Mura Avantura; 11. Panonski maraton triju država ; 700 |
| Nautički klub Labud Prelog, Lov na labuđe pero ; 700 | |
| Glazbene manifestacije: ukupno 20 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Forestland s 10 tisuća posjetitelja) | |
| Kulturna udruga Retro; Trash & Burn; 8.000 | Udruga mladih Forestland; Forestland 2015. ; 10.000 |
| Centar za kulturu Čakovec; 21. JAZZ FAIR ; 203 | Centar za kulturu Čakovec; 42. Majski muzički |

| | |
|--|---|
| | memorijal J.Štolcer Slavenski; 110 |
| Kompleksne kulturno-urbane manifestacije: ukupno 350 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Porcijunkolovo s 230 tisuća posjetitelja) | |
| TZ Prelog; Noć muzeja; 1.000 | TZ Grada Čakovca; Legendarni vikend u Čakovcu ; 250 |
| Muzej Međimurja Čakovec; Noć muzeja; 3.000 | Dvije lije i KU Pokret plus; Ljeto u gradu Zrinskih 2014. ; 8.000 |
| Turistička zajednica Grada Mursko Središće; Serjojski fašnik ; 400 | TZO Štrigova; Štrigovske noći 2015. ; 3.500 |
| TZ Općine Nedelišće; Fašnik u Nedelišću ; 2.200 | TZ Štrigova; Umjetnička kolonija Štrigova ; 1.200 |
| TZ Grada Čakovca; Međimurski fašnik ; 50.000 | TZ Grada Čakovca; Porcijunkolovo ; 230.000 |
| TZO Štrigova; Štrigovski fašnik ; 400 | TZ Grada Mursko Središće; Ljeto uz Muru 2015. ; 20.000 |
| TZ Prelog; Fašnik ; 400 | TZ i OPĆINA Sv. M. na Muri; Dani turizma i povorka starih običaja i zanata ; 3.000 |
| TZ Prelog; 16. Sajam cvijeća ; 1.100 | TZ Grada Čakovca; Advent u gradu Zrinskih ; 30.000 |
| Međimurska županija; Dani Međimurske županije ; 1.200 | Grad Mursko Središće; Advent v Središću ; 1.000 |

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 vodiča. 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, a dijelom i na internet stranicama agencije <http://www.etnoart-travel.com>. Prema procjeni TZ Međimurske županije ponuđeni programi nisu se značajnije etablirali na tržištu. S obzirom na široku ponudu turističkih paketa, postavlja se pitanje održivosti tako obilnog programa s obzirom na snage i sposobnosti proaktivne prodaje destinacijske menadžment kompanije. Ostale agencije u najvećoj su mjeri orijentirane na organiziranje i posredovanje putovanja izvan Međimurja. Na području županije uspostavljeno je sedam info centara koji, samostalno ili u suradnji sa suradničkim institucijama, djeluju pri turističkim zajednicama: TZ Međimurje, TZ Čakovec, TZ Mursko Središće, TZ Nedelišće, TZ Prelog, TZ Štrigova, TZ Sveti Martin na Muri. Na području Županije djeluje i Centar za posjetitelje – Križovec kojeg vodi Javna ustanova za zaštitu prirode Međimurska priroda.

2.3. Performanse turističkog sektora

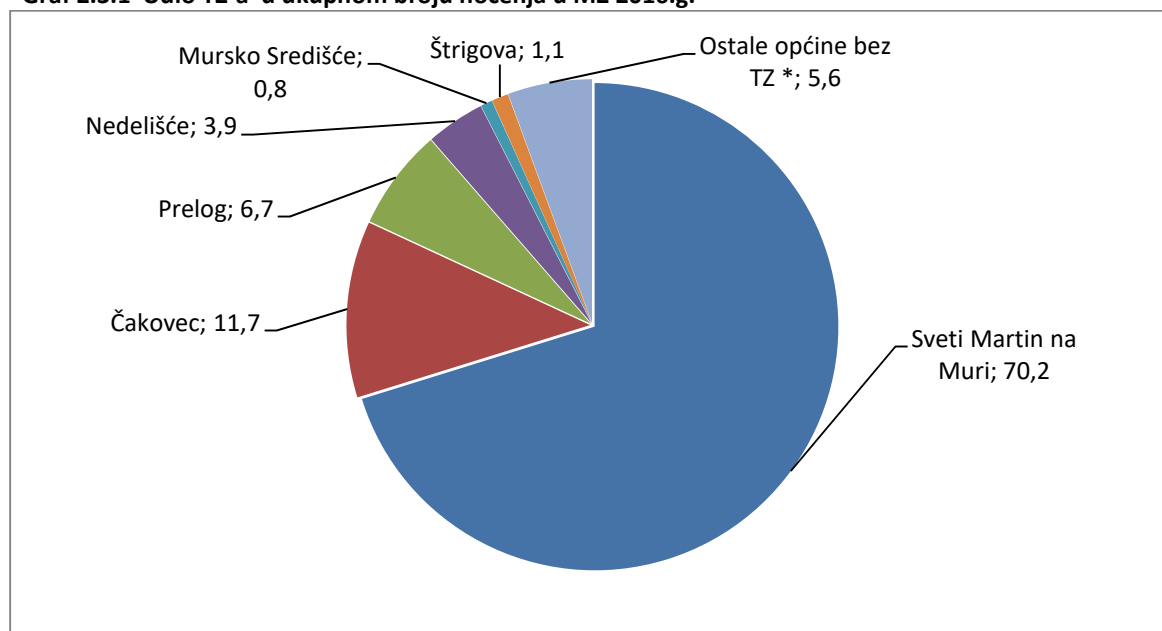
U 2016. godini na području Županije ostvareno je **147.678** noćenja što je **16% više** nego 2015.g. (127.190) te **59.544** dolaska što je **5 % više** u odnosu na 2015.g. (56.442). Iz navedenog je vidljivo da raste dužina boravka gostiju u destinaciji koji je u 2016. godini bio **2,48 dana** što je rast za **18%** u odnosu na 2015.g. Domaći gosti prosječno su boravili u destinaciji 2,2 dana, a strani gosti 2,8 dana.

Tablica 2.3. Registrirana noćenja 2013.-2016. po turističkim zajednicama

| Turistička zajednica općine / grada | Godina | | | | % u strukturi 2016. | Indeks 2016/2013 |
|-------------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|------------------|
| | 2013. | 2014. | 2015. | 2016. | | |
| Sveti Martin na Muri | 67.437 | 77.299 | 89.306 | 108.396 | 70,2 | 132 |
| Čakovec | 12.308 | 12.026 | 14.877 | 16.623 | 11,7 | 121 |
| Prelog | 5.662 | 6.731 | 8.584 | 7.157 | 6,7 | 152 |
| Nedelišće | 5.361 | 5.594 | 4.982 | 5.498 | 3,9 | 93 |
| Mursko Središće | 0 | 0 | 0 | 1.143 | 0,8 | 0 |
| Štrigova | 564 | 536 | 1.420 | 1.188 | 1,1 | 252 |
| Ostale općine bez TZ * | 1.694 | 4.238 | 1.760 | 7.673 | 5,6 | 453 |
| Ukupno | 93.026 | 106.424 | 120.929 | 147.678 | 100 | 128 |

* Sveti Juraj na Bregu, Donji Kraljevec, Donji Vidovec

Graf 2.3.1 Udio TZ-a u ukupnom broju noćenja u MŽ 2016.g.



S obzirom na organizaciju dolaska **83% gostiju su bili individualni gosti**, dok je **17% gostiju** bilo u organizaciji **agencija**.

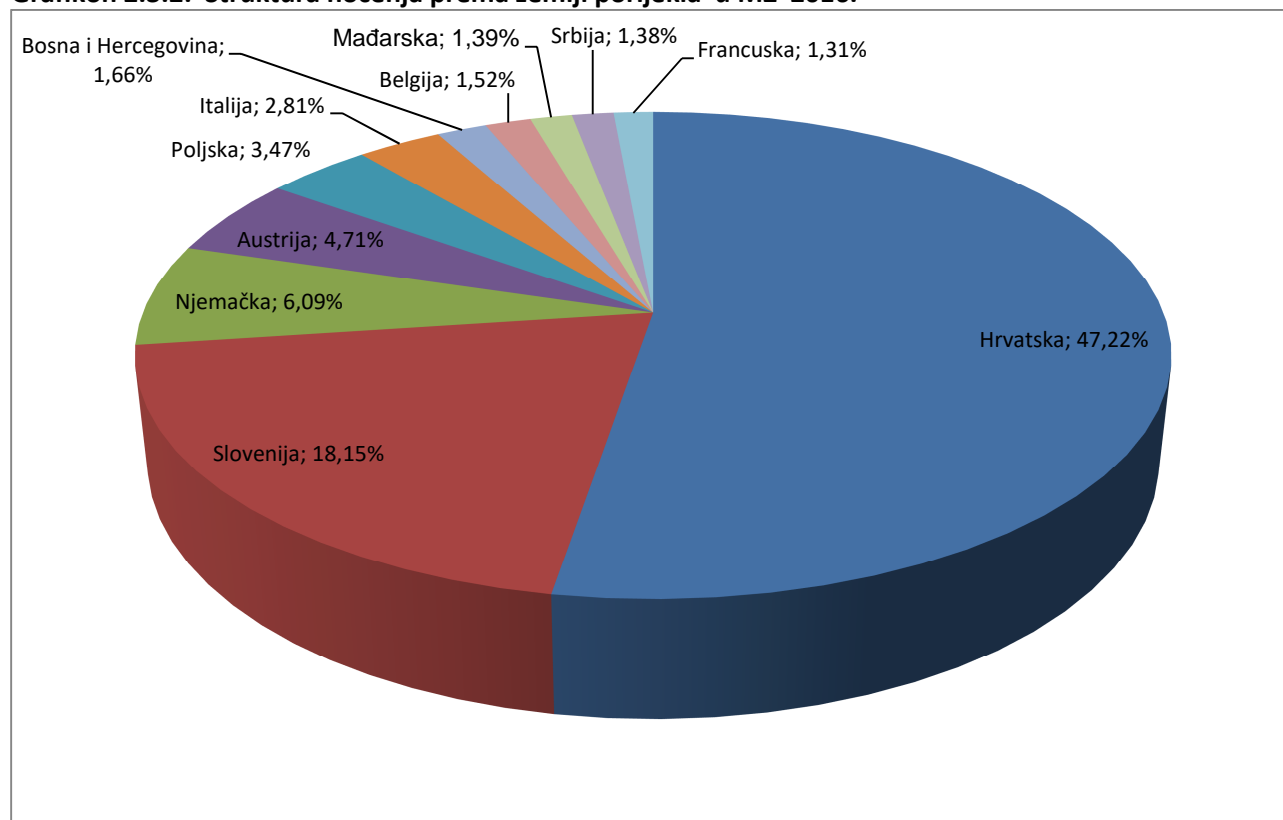
Struktura gostiju prema zemlji porijekla

Državljeni Hrvatske ostvarili su u 2016. godini **47,22 %**, a turisti iz inozemstva **52,78 %** noćenja .

Tablica 2.4 . Registrirana noćenja u 2016.g. po zemljama porijekla turista

| Država | Udio noćenja |
|-----------------------|--------------|
| Hrvatska | 47,22% |
| Slovenija | 18,15% |
| Njemačka | 6,09% |
| Austrija | 4,71% |
| Poljska | 3,47% |
| Italija | 2,81% |
| Bosna i Hercegovina | 1,66% |
| Belgija | 1,52% |
| Mađarska | 1,39% |
| Srbija | 1,38% |
| Francuska | 1,31% |
| Ostale zemlje svijeta | 10,30% |

Grafikon 2.3.2. Struktura noćenja prema zemlji porijekla u MŽ 2016.



3. ANALIZA TRŽIŠTA³

3.1. Kvantitativni trendovi i prognoze

UNWTO indeks povjerenja upućuje na nastavak pozitivnih kretanja turističke potražnje u 2016. godini nakon rasta ostvarenog u 2015. godini (rast međunarodnih dolazaka u Europi 5%). Procjenjuje se da će ukupni međunarodni dolasci u 2016. godini dostići stopu rasta od 4%, pri čemu bi najveće stope trebale biti dosegnute na području Azije i Pacifika te Amerike (4-5%). UNWTO za Europu prognozira rast međunarodnih dolazaka između 3,5% i 4,5% (UNWTO World Tourism Barometer, I/2016.).

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 Tourism Towards 2030 Global Overview, 2011.). Dugoročne projekcije za Hrvatsku ukazuju na potencijal rasta noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima po stopi od 4,2% u razdoblju od 2011. do 2025. godine (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, NN 55/2013.).

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

³ Master plan razvoja turizma MŽ 2016-2020

3.2. Obilježja kvalitativnih trendova

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

Tabela 3.1. Relevantni demografski interesni segmenti

| Demografski segmenti | |
|------------------------------------|--|
| Djeca školske dobi (6 - 17) | <ul style="list-style-type: none"> • putuju uglavnom organizirano • očekivanja: sigurnost, jednostavan smještaj, zanimljivi i aktivni sadržaji • informacije: škole i dječja društva informiraju se direktnim kontaktima, vjerni su „provjerenim“ destinacijama |
| Studenti (18 - 25) | <ul style="list-style-type: none"> • putuju pretežito tijekom ljeta • očekivanja: cjenovno prihvatljiv smještaj (hosteli, kampovi, razmjena stanova), aktivnosti, sadržaji, mobilnost • informacije: internet i društvene mreže |
| Mladi parovi (oko 26 - 35) | <ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom cijele godine • očekivanja: „posebno“ iskustvo, kvaliteta, šoping u kratkom vremenu bez većih cjenovnih ograničenja • informacije: internet, društvene mreže, <i>lifestyle</i> časopisi, prijatelji |
| Obitelji s djecom (oko 35 - 50) | <ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom praznika • očekivanja: dobra vrijednost za novac i sadržaji prilagođeni potrebama djece • informacije: internet, prijatelji, obiteljski časopisi, prethodna iskustva (vjernost) |
| Zrela dob (oko 50 - 65) | <ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom cijele godine • očekivanja: „duh“ i „mjesta sa šarmom“, žele učiniti „nešto dobro za sebe“, kvaliteta • informacije: specijalizirani tisak, internet, preporuke |
| Treća dob (65+) | <ul style="list-style-type: none"> • putuju u proljeće i jesen, uglavnom organizirano u grupi • očekivanja: ugodan i jednostavan smještaj, mirnije destinacije, razgledavanje glavnih atrakcija • informacije: preporuke |

Relevantni turistički proizvodi u Međimurju

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

- Obuhvat: izrazito širok i stalno evoluirajući skup aktivnosti podržan orijentacijom kupaca ka zdravom životu i boravkom u prirodi
- Očekivani rast: do 30% godišnje, očekuje se da će u budućnosti posebno rasti interes za ekstremnim aktivnostima i neuobičajenim destinacijama, 'kombiniranim putovanjima' (npr. 'biciklizam i hrana') te društveno odgovornim putovanjima (npr. čišćenje okoliša)

- Faktori uspjeha: kvaliteta sportske infrastrukture, posebnosti prirodnog okoliša, kvaliteta usluga u sportu (prihvatanje međunarodnih standarda) i kvaliteta prateće ponude u destinaciji.

Zdravstveni turizam: wellness, lječilišni, medicinski

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

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

- Obuhvat: heterogen proizvod koji obuhvaća putovanja pretežito motivirana upoznavanjem kulturne baštine, povijesti, umjetnosti i 'kulture života i rada' društvene zajednice
- Očekivani rast: u granicama globalnih kretanja potražnje budući da se procjenjuje da oko 40% svih međunarodnih odmorišnih putovanja sadrže komponentu kulture, dok za oko 25% Europljana kulturna baština ima presudnu ulogu u izboru destinacije, očekivani rast generira sve veća starija populacija s dovoljno slobodnog vremena i raspoloživog prihoda te sve obrazovanija mlađa populacija
- Faktori uspjeha: značaj i posebnost lokaliteta/spomenika/događanja, kvaliteta prezentacije građe, kvaliteta prateće turističke ponude u destinaciji.

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

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

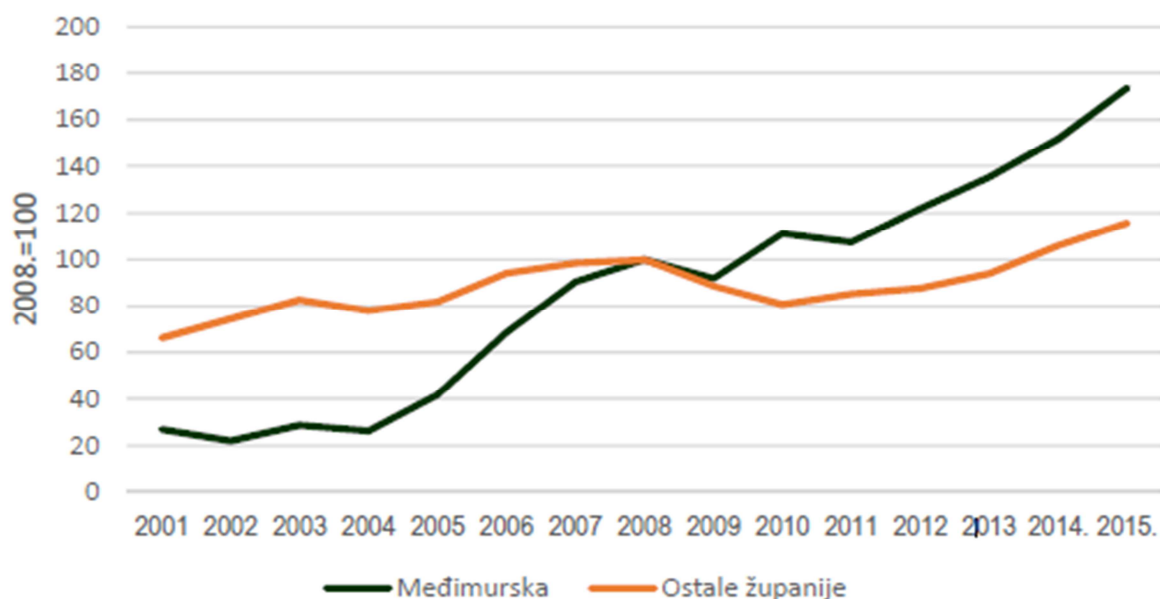
Poslovni turizam: skupovi, incentive

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

3.3. Konkurentna pozicija Međimurske županije

Na području pet županija sjeverne Hrvatske, kao najbližem konkurentskom okruženja Međimurske županije, tijekom 2015. godine ostvareno je 621 000 noćenja, 10,2% više nego u 2014. godini. Tržišni lider je Krapinsko-zagorska županija s udjelom od 34,8% noćenja, a slijede Varaždinska županija s udjelom od 20,9% te Međimurska županija s udjelom od 20,5%, dok Zagrebačka županija privlači 19,3%, a Koprivničko-križevačka županija 4,5% ukupnih noćenja.

Grafikon 3.3.1. Noćenja ostvarena u MŽ i četiri županije Sjeverne Hrvatske *2008.=100



* Županije: Varaždinska, Koprivničko-Križevačka, Krapinsko-zagorska, Zagrebačka

Tabela 3.3.1. Komparacija dolazaka i noćenja „kontinentalnih“ županija u 2016.g.

| ŽUPANIJE | DOLAZAKA | | INDEX | NOĆENJA | | INDEX |
|----------------------------|-------------------|-------------------|---------------|-------------------|-------------------|---------------|
| | 2015. | 2016. | 16./15. | 2015. | 2016. | 16./15. |
| KARLOVAČKA ŽUPANIJA | 245.000 | 278.965 | 113,86 | 395.348 | 466.432 | 117,98 |
| KRAPINSKO-ZAGORSKA | 95.751 | 124.585 | 130,11 | 215.831 | 283.351 | 131,28 |
| OSJEČKO-BARANJSKA | 79.588 | 89.060 | 111,90 | 158.226 | 172.945 | 109,30 |
| MEĐIMURSKA ŽUPANIJA | 56.442 | 59.544 | 105,50 | 127.190 | 147.678 | 115,66 |
| VARAŽDINSKA ŽUPANIJA | 49.614 | 52.008 | 104,83 | 129.882 | 128.595 | 99,01 |
| ZAGREBAČKA ŽUPANIJA | 65.653 | 75.527 | 115,04 | 111.629 | 128.255 | 114,89 |
| VUKOVARSKO-SRIJEMSKA | 51.566 | 69.818 | 135,40 | 94.519 | 102.201 | 108,13 |
| SISAČKO-MOSLAVAČKA | 29.214 | 29.579 | 101,25 | 82.198 | 84.290 | 102,55 |
| BJELOVARSKO-BILOGORSKA | 20.336 | 20.490 | 100,76 | 62.864 | 67.666 | 107,64 |
| BRODSKO-POSAVSKA | 23.991 | 26.569 | 110,75 | 42.889 | 46.031 | 107,33 |
| KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA | 17.893 | 18.864 | 105,43 | 28.017 | 39.747 | 141,87 |
| VIROVITIČKO -PODRAVSKA | 11.208 | 12.789 | 113,1 | 28.909 | 30.840 | 106,68 |
| POŽEŠKO-SLAVONSKA | 10.284 | 11.654 | 113,32 | 24.356 | 25.917 | 106,41 |
| UKUPNO ŽUPANIJE | 14.343.323 | 15.594.157 | 108,72 | 71.605.315 | 78.049.852 | 109,00 |

4. IZVRŠENJE MARKETING PLANA TZMŽ ZA 2016.g.

4.1. Ostvarenje ciljeva marketinške politike za 2016.g.

Ciljevi marketinške politike TZMŽ postavljeni u Programu rada za 2016. godinu bili su:

- **Strateški cilj:** Povećati zaradu od turizma i time doprinijeti općem prosperitetu žitelja i održivom razvoju Međimurske županije.
- **Operativni ciljevi:**
 - poticati sinergiju javnog i privatnog sektora koja će omogućiti povećanje fizičkog obujma turističkog prometa do 10% u odnosu na 2015.g.
 - produženje dužine boravka gostiju u Međimurju za 5% u odnosu na 2015.g.
 - porast prepoznatljivosti Međimurja kao turističke destinacije utemeljene na iskustvima visoke osobne vrijednosti na domaćem i stranom tržištu
 - poticati daljnji razvoj turističkih proizvoda s naglaskom na aktivni turizam i enogastronomiju
 - poticati razvoj kvalitetnih smještajnih kapaciteta i ponude turističkih usluga u seljačkom turizmu i malim kampovima

Izvršenjem Programa rada TZMŽ za 2016. godinu **postignuti su slijedeći rezultati:**

- **sinergijom javnog i privatnog sektora povećan je obujam fizičkog turističkog prometa za 5% u broju dolazaka i 16 % u broju noćenja u odnosu na 2015.g.**
- **produženo je vrijeme boravka gostiju u Međimurju za 18% u odnosu na 2015. godinu**
- **Međimurje je pozicionirano druga najpoželjnija kontinentalna destinacija za kratke odmore u Hrvatskoj što govori u prilog pojačanoj prepoznatljivosti na domaćem tržištu**
- **Međimurje je pozicionirano kao jedno od infrastrukturno najrazvijenijih kontinentalnih cikloturističkih destinacija u Hrvatskoj, ugostiteljski objekti su uvršteni među skupinu vodećih u Hrvatskoj ili regiji, Međimurje je primilo uglednu međunarodnu nagradu za izvrsnost u turizmu Swiss Tourist Award.**
- **povećan je ukupan broj smještajnih jedinica za 21 % u odnosu na 2015.g.**

Temeljem gore navedenog konstatiramo da su postignuti svi operativni ciljevi marketinške politike TZMŽ za 2016.g.

4.2. Ostvarivanje prihoda TZMŽ u 2016.g.

U 2016. godini ostvareno je ukupno 1.307.213,77 kuna prihoda što je 73% u odnosu na prvobitni financijski plan odnosno 100% u odnosu na rebalans plana. Izvorni prihodi koje čine turistička članarina i boravišna pristojba ostvareni su u visini 275.631,92 kn što je u skladu s planom i čine 21% od ukupnih prihoda. Prihodi od potpore Međimurske županije ostvareni su u visini 800.000,00 kuna što je 94% u odnosu na prvobitni plan i činili su 61% u strukturi. Potpore od GU HTZ realizirane su u visini od 206.085,65 kn i činile su 15% u ukupnom prihodu. U odnosu na prvobitni plan potpora HTZ realizirana je u visini 69% iz razloga što je HTZ ograničio najviši iznos sredstava po jednoj. Sredstva od EU fondova nisu realizirana iz razloga što u 2016. godini nije odobren ni jedan novi projekt. Ostali prihodi realizirani su u visini 25.496,20 kuna što čini 2,3% u strukturi ukupnih prihoda, a odnose se na sponzorstva gospodarskih subjekata za manifestacije te transfer HZZ-a za doprinose stažiste.

4.3. Ostvarivanje marketinških aktivnosti u 2016.g.

Radi ostvarivanja zacrtanih ciljeva provedene su slijedeće marketinške aktivnosti:

4.3.1. RAD TURISTIČKOG UREDA I TIJELA TZMŽ

4.3.1.1. Rad ureda TZMŽ

Ured TZMŽ je djelovao u uredskom prostoru u sklopu Međimurske županije na adresi R. Boškovića 2 Čakovec. Ured je opremljen potrebnom informatičkom opremom i uredskim namještajem. U uredu su bili zaposleni: Rudi Grula -voditelj ureda, Iva Vurušić - stručna suradnica. U uredu je radilo dvoje stažista u skladu s Mjerom stručnog osposobljavanja HZZ.

• Ured je provodio:

- organizacijske i logističke poslove neposredno vezane uz realizaciju programa rada
- poslove pripreme materijala i vođenje zapisnika za sjednice Turističkog vijeća, sjednice Skupštine i sjednice Nadzornog odbora
- sudjelovanje u radu Strukovne grupe za turizama pri ŽK HGK, Savjeta Međimurske vinske ceste, Koordinacije Klastera Središnje Hrvatske, Vijeća za destinacijski menadžment Ministarstva turizma, i drugih stručnih tijela vezanih na razvoj turizma,
- sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou Županije u svezi s politikom planiranja razvoja turizma na nacionalnom nivou,
- pružanje stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja Županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena,
- prikupljanje i redovita obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća (zbirno izvješće općina i gradova),
- obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- izradu polugodišnjih i godišnjih izvješća, analize i ocjena ostvarivanja programa rada i financijskog plana TZMŽ

- ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava visitmedimurje.com , sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici,
- objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova,
- organizacijske i logističke poslove neposredno vezane uz realizaciju programa rada
- poslove informiranja poslovnih subjekata, građana i drugih subjekata o turističkoj ponudi i drugim informacijama vezanim uz rad TZMŽ-a
- pribavljao, izdavao i kontrolirao financijsku dokumentaciju te ju pripremao za knjigovodstveni biro radi knjiženja
- obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom, drugim propisima i Statutom TZMŽ.
- **Realizirani izdaci:** od 328.311,73 kn odnose se na: bruto plaće i naknade dva zaposlenika, komunikacijske troškove, uredski materijal i sitni inventar, nabavu OS laptop, knjigovodstvene usluge, takse i naknadu za platni promet, reprezentaciju.
- **Ostvareni rezultati:** Ured turističke zajednice nesmetano je poslovao te u sve planirane programske aktivnosti u potpunosti su izvršene.

4.3.1.2. Rad tijela TZMŽ

- **Provedene aktivnosti:** Tijekom 2016. godine održane su :
 - 4 sjednice Turističkog vijeća TZMŽ

| Sjednica | Datum sjednice | Dnevni red |
|-------------------------|----------------|---|
| 6. sjednica Vijeća TZMŽ | 23.03.2016 | 1. Prihvaćanje Zapisnika sa 5. Sjednice Turističkog vijeća 2. Prihvaćanje Izvješća o radu i izvršenju financijskog plana TZMŽ za 2015. G 3. Izvješće o obavljenom nadzoru Nadzornog odbora TZMŽ za razdoblje 01.01.-31.12.2015. 4. Donošenje odluke o izvršenju Medija plana za 2016. Godinu 5. Usvajanje Upitnika o sustavu financijskog upravljanja i kontrola za 2015. Godinu 6. Ostalo |
| 7. sjednica Vijeća TZMŽ | 29.09.2016 | 1. Prihvaćanje Zapisnika sa 6. Sjednice Turističkog vijeća 2. Izvješće o radu za razdoblje 01.01.-31.08.2016. 3. Prezentacija turističkih potencijala općine Sveti Juraj na bregu |
| 8. sjednica Vijeća TZMŽ | 25.10.2016 | 1. Prihvaćanje Zapisnika sa 7. Sjednice Turističkog vijeća 2. Usvajanje prijedloga Programa rada s financijskim planom TZMŽ za 2017. Godinu 3. Usvajanje Pravilnika o provedbi postupka bagatelne nabave TZ međimurske županije 4. Ostalo |

| | | |
|-------------------------|------------|---|
| 9. sjednica Vijeća TZMŽ | 20.12.2016 | 1. Prihvaćanje Zapisnika sa 8. Sjednice Turističkog Vijeća 2. Usvajanje Rebalansa proračuna TZMŽ za 2016. Godinu 3. Izvješće o obavljenom nadzoru Nadzornog odbora TZMŽ za razdoblje 01.01.-31.11.2016. g. 4. Ostalo |
|-------------------------|------------|---|

o 2 sjednice Skupštine TZMŽ

| Sjednica | Datum sjednice | Dnevni red |
|----------------------------|----------------|---|
| 5. sjednica Skupštine TZMŽ | 30.03.2016. | 1. Prihvaćanje Zapisnika sa 4. Sjednice Skupštine, 2. Prihvaćanje Izvještaja o radu i izvršenju financijskog plana TZMŽ za 2015.g, 3. Izvješće o obavljenom nadzoru Nadzornog odbora TZMŽ za razdoblje 01.01.-31.12.2015.g, 4. Usvajanje odluke o razrješenju i imenovanju članova Nadzornog odbora TZMŽ i Sabora HTZ-a |
| 6. sjednica Skupštine TZMŽ | 20.12.2016. | 1. Prihvaćanje Zapisnika sa 5. sjednice Skupštine 2. Usvajanje Rebalansa proračuna za 2016. godinu, 3. Usvajanje Programa rada s financijskim planom TZMŽ za 2017. godinu 4. Izvješće o obavljenom nadzoru Nadzornog odbora TZMŽ za razdoblje 01.01.-30.11.2016.g. 5. Ostalo |

o 2 sjednice Nadzornog odbora

| Sjednica | Datum sjednice | Dnevni red |
|-----------------------------------|----------------|---|
| 4. sjednica Nadzornog odbora TZMŽ | 23.03.2016. | 1. Nadzor poslovanja i poslovnih knjiga TZMŽ za razdoblje 01.01.-30.12.2015., 2. Informacije i prijedlozi |
| 5. sjednica Nadzornog odbora TZMŽ | 19.12.2016. | 1. Nadzor poslovanja i poslovnih knjiga TZMŽ za razdoblje 01.01.-30.11.2016., 2. Informacije i prijedlozi |

- **Realizirani izdaci:** od **12.350,88** kn odnose se na povrat putnih troškova članovima tijela i doprinose za stažiste.
- **Ostvareni rezultati:** Održan je planirani broj sjednica tijela. Članovi tijela u visokom postotku su se odazivali na sjednice i aktivno sudjelovali u raspravama. **Tijela TZMŽ uspješno su i u zadanim rokovima ostvarivale statutarne i zakonske zadatke.**

4.3.2. DIZAJN VRIJEDNOSTI PONUDE

4.3.2.1. Upravljanje destinacijom i potpora DMK

- **Planirani ciljevi** bili su :
 - uspostava integralnog turističkog proizvoda Međimurja kao jedinstvene destinacije
 - usmjeravanje planiranja i razvoja u turističkom zajednicama općina i gradova
 - poticanje kvalitete ponude i praćenje zadovoljstva gostiju
- **Provedene su aktivnosti:**
 - uspostavljeni su facilitirani klubovi kvalitete Međimurje Cyclists Welcome za smještajne objekte i Međimurski gurman za objekte s ponudom hrane i pića.
 - održane su 4 kuharske radionice s ukupno 32 sudionika
 - održane su tri sastanak koordinacije sustava TZ općina i gradova
- **Realizirani su izdaci** od **15.764,53** odnose se na intelektualne usluge edukacije
- **Ostvareni rezultati:**
 - uspostavljen i koordiniran planirani broj klubova kvalitete,
 - porasla je razina znanja i vještina ponuditelja turističkih usluga na području MŽ
 - ojačani su kapaciteti destinacijske menadžment kompanije
 - sustav TZ-a funkcionirao je na zadovoljavajućoj razini.

4.3.2.2. Program „Međimurje Cyclist Welcome“

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - pozicioniranje Međimurja kao visokokvalitetne cikloturističke destinacije u Hrvatskoj te bližoj regiji
 - diferencijacija cikloturističkog proizvoda Međimurja u odnosu na ponudu u široj regiji kao bike prijateljske,
 - rast dolazaka i noćenja cikloturista u Međimurju za 10% u odnosu na 2015.g.
- **Provedene su aktivnosti :**
 1. **Održavanje javne biciklističke infrastrukture**
 - zamjena oštećenih i dopuna otuđenih znakova na 636 km bike staza,
 - održavanje postojećih biciklističkih odmorišta – zamjena akumulatora, dopuna guma i zamjena alata
 - 2 **Unapređenje labela MCW** - provedena je evaluacija članova MCW mreže , utvrđeni su nedostaci i savjetovani ponuditelji radi otklanjanja istih.
 - 3 **Suorganizacija bike eventa** – sufinancirano je održavanje 5. etape najveće biciklističke manifestacije u Hrvatskoj **Tour of Croatia** u suradnji s Toplicama Sv. Martin , Općinom Sv. Martin na Muri, Općinom Nedelišće, Gradom Čakovcem i Gradom Prelogom. Procjena vrijednosti prijenosa utrke na Eurosportu i HTV 1 te u trajanju 10 minuta drugim preuzimanje reportaže i objave vijesti u drugim medijima iznosi minimalno 750 tisuća kuna.
- **Realizirani izdaci:** od **101.877,50** odnose se na troškove tekućeg održavanja, sufinanciranje manifestacije Tour of Croatia
- **Ostvareni rezultati:** zadržana visoka kvalitete opremljenosti biciklističkih staza i odmorišta, Međimurje pozicionirano kao jedna od vodećih cikloturističkih destinacija u Hrvatskoj od stručne javnosti i turista, procjenjujemo da je broj cikloturista porasta za 20% u odnosu na 2015.g.

4.3.2.3. Program „Međimurski gurman“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - pozicioniranje Međimurja kao enogastronomske 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 2015.g
- **Provedene su aktivnosti:**
 1. **Unapređenje marke „Međimurski gurman“** – nastavljen je projekt ocjenjivanja restorana započeo u 2016.g. metodologijom tajnog gosta, svi ocjenjeni restorani ušli su u krug najboljih u Središnjoj Hrvatskoj prema recentnim izvorima.
 2. **Unapređivanje i promocija labela: „Gornje Međimurje – EDEN za lokalnu gastronomiju“** – provedeno je označavanje objekata naljepnicom, distribuirani su promotivni materijali , provedene posebne prezentacije i oglašavanje
 3. **Razvoj labela „Zeleni gurman“** – u dogovoru s članovima Kk Međimurski gurman odgođeno je za 2017.g.
 4. **Razvoj tematskog puta „Cesta črnoga olja“** – evidentirane su uljara, provedeno je anketiranje interesa za uključivanje te je utvrđeno da ih je u 2016. premalen broj spreman za prihvata gostiju. Zaključeno je da se projekt nastavi u 2017.g. edukacijom i savjetovanjem potencijalnih gospodarstava radi stvaranja uvjeta za uključivanje.
 5. **Razvoj gourmet smartphone aplikacije** – planirano iz EU projekta. Kako nije došlo do realizacije projekta odgođena je realizacija aktivnosti.
 6. **Rad Savjeta Međimurske vinske ceste** - predstavnici TZMŽ aktivno su uključeni u Savjet i Povjerenstvo za kvalitetu MVC. Donesen je novi Pravilnik i izvršena evaluacija dijela vinskih gospodarstava radi nove kategorizacije.
 7. **Edukacija gospodarskih subjekata** - kako bi se poboljšala kvaliteta usluga koju pružaju ugostiteljski objekti u suradnji s DMC provedene su 4 radionice (vidi točku 4.3.2.1.
 8. **Suorganizacija enogastro evenata** – uključivanje u organizaciju manifestacija Urbanovo, Mamičini kolači, Gastro izložba, Advent u gradu Zrinskih te realizacija dijela programa istih.
- **Realizirani izdaci:** od **101.206,34** odnose se na honorare izvođačima, transportne troškove, bruto plaće voditelja projekta, potrošne materijale, najamnine opreme.
- **Ostvareni rezultati:** U labelling sustav uključeno je 12 restorana kojima je povećana prepoznatljivost na nacionalnom turističkom tržištu, povećana je razina senzibiliziranost i educiranosti široke javnosti za međimursku tradicijsku kuhinju, povećana je prepoznatljivost Međimurja kao eno-gastro destinacije na domaćem i međunarodno tržištu, Gornje Međimurje definiralo se kao **prestižna EDEN** destinacija u lokalnoj gastronomiji.

4.3.2.4. Program „Volim Međimurje“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - mobilizacija svih subjekata na očuvanju turističkog prostora,
 - unapređivanje turističkog okruženja i zaštita okoliša,
 - podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice u destinaciji.
- **Provedene su aktivnosti:**

- **Zeleni cvijet Međimurja** - U suradnji sa sustavom TZ-a , JLS-ima te medijima Međimurskim novinama provedeno je ocjenjivanje uređenosti okućnica, ugostiteljskih objekata i OPG-a
- **EDEN-** TZMŽ se aktivno uključila u djelovanje nacionalne i europske EDEN mreže i u suradnji s GU HTZ promocija međimurskih EDEN destinacija Sv. Martina na Muri i Gornjeg Međimurja
- **Čovjek ključ uspjeha** - u skladu sa kriterijima HTZ-a izabrani su djelatnici godine i kandidirani Glavnom uredu HTZ-a koji je kao dobitnike na nacionalnom nivou proglasio: **Branimir Tomašić – Diakro d.o.o – nagrada Antun Štifanić te policajaca Kristijana Zelića.**
- **Svjetski dan turizma** - u suradnji sa sustavom TZ-a i gospodarskim subjektima obilježen je 27.09. prigodnim programom u centru Čakovca.
- **Realizirani izdaci:** od **39.932,13** odnose se na intelektualne usluge, ugostiteljske usluge, ostale usluge.
- **Ostvareni rezultati:** Porasla je svijest stanovnika MŽ o važnosti ekološke održivosti, uređenju okoliša – uključeno je nekoliko stotina sudionika, nacionalna i međunarodna javnost upoznata je s kvalitetom turističke ponude i održivim pristupom u razvoju turizma u MŽ, značajno je porasla prepoznatljivost turizma MŽ.

4.3.2.5. Program „Međimurje u pokretu“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - ojačati suradnju ponuditelja sportsko-rekreativnih turističkih sadržaja
 - uspostaviti uvjete za uvođenje trackinga kao novog segmenta aktivnog odmora u MŽ
 - diverzifikacija turističkog proizvoda Međimurja
 - podizanje kvalitete aktivnog odmora u MŽ
 - **Provedene su aktivnosti:**
 - u suradnji s Termama Sveti Martin, TZ i Općinom Sv. Martin na Muri provedene su aktivnosti na uspostavljanju uvjeta za dolazak i boravaka prve momčadi Nogometne reprezentacije Hrvatske radi pripreme za Europsko nogometno prvenstvo u Francuskoj. Uređivanje sustava šetačkih staza odgođeno je za 2017. godinu iz razloga što se čeka odobravanje EU projekta za navedene svrhe, a čiji rezultati su odgođeni za navedeno razdoblje.
- Realizirani izdaci:** **20.000,00 kn** odnose se na sufinanciranja uređivanja uvjeta za boravak nogometne reprezentacije
- Ostvareni rezultati:** Postignut je velik promotivni efekt na nacionalnoj razini. O boravku nogometne reprezentacije izvještavale su sve nacionalne televizije te ostali offline i online mediji. Procjenjujemo ukupnu PR vrijednost objava na oko 500 tisuća kuna.

4.3.2.6. Program VisitMeđimurje card

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - poticanje umrežavanja i suradnje ponuditelja turističkih usluga u MŽ
 - porast dužine boravka gostiju u MŽ za 5% u odnosu na 2015.g.
 - porast potrošnje po gostu u MŽ za 5% u odnosu na 2015.g.

Provedene su aktivnosti :

Aktivnosti su provedene u minimalnoj vrijednosti od **191,25** kn te nisu provedene u većem obimu zbog nedostatka financijskih sredstava koja su bila planirana iz EU fondova, a rezultati javnog poziva odgođeni su za 2017.g.

4.3.3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI PONUDE

4.3.3.1. ONLINE KOMUNIKACIJE

Osnovni alat e-marketinga TZMŽ su web stranice **www.visitmedmurje.com**

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - povećanje broja posjetitelja na www.visitmedmurje.com od 20% u odnosu na 2015.g.
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
 - povećanje broja „prijatelja“ na Facebook stranicama [https://hr-facebook.com/TZMedimurskeZupanije](https://hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije) za 20% u odnosu na 2015.g.
 - unapređenje centralnog destinacijskog informacijskog sustava
 - ažuriranje postojećih aplikacija: smartpohone VisitMeđimurje, tematskih mikro web stranice te Facebook profila
 - umrežavanje DIS sa web stranicama svih turističkih zajednica općina i gradova
 - ažuriranje i širenje baze podataka
 - izdavanje mjesečnih newslettera o eventima i biznis newslettera s ponudama paket aranžmana u suradnji s DMC
 - stvaranje preduvjeta za uspostavu centralnog destinacijskog rezervacijskog sustava
 - aktivno uključivanje u sve aktivnosti nacionalnog sustava eVisitor GU HTZ-a
- **Provedene su aktivnosti:**
 - provedena Google AdWords kampanja za hrvatsko i slovensko tržište kroz objavu banera na web portalima prikazivanja u ukupno 2.195.079 objava.
 - provođeno ažuriranje i obogaćivanje sadržaja destinacijskog web i web 2.0 portala
 - kreirano i na 1200 e-mail adresa distribuirano 12 mjesečnih Newslettera s informacijama o manifestacijama
 - upravljanje destinacijskim informacijskim sustavom (DIS) - proširivanje i osvježavanje baze podataka
 - ažurirana je aplikacija za smartphon uređaje VisitMeđimurje
 - nabavljena su 2 samostojeća info displeja s medija playerima i software-ima kao dio destinacijskog informacijskog sustava

| Tip medija | Broj PR objava | Broj stranica | Tržište objave |
|------------------|----------------|---------------|----------------|
| Internet portali | 22 | 50 | HR |
| | 80 | 220 | SLO |
| | 2 | 25 | ENG |
| | 30 | 83 | AU |

- **Realizirani izdaci:** od **219.905,53** odnose se usluge kreiranja banera, kampanja, zakupa i objave oglasa, zakupa hostinga, nabava OS IT opreme, ostale IT usluge
- **Ostvareni rezultati:**
 - porastao broj posjeta na www.visitmedimurje.com od **24%** u odnosu na 2015.g.
 - porastao broj „prijatelja“ na Facebook stranicama <https://hr-hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije> za **23%** u odnosu na 2015.g.
 - TZMŽ dobitnik je prestižne **Swiss Tourist Award** koja se turističkim destinacijama dodjeljuje za visok u kvalitetu integriranih promotivnih aktivnosti proizvoda održivog turizma i to na online platformama
 - Procjenjujemo da je ukupna tržišna vrijednost PRA- online komunikacija iznosila preko 2 milijuna kuna

OFFLINE KOMUNIKACIJE

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
 - porast PR objava za **15%** u odnosu na 2015.g.
- **Provedene su aktivnosti objave oglasa:**
 - sufinancirano djelovanje PR agencija za Slovensko i Austrijsko tržište u suradnji s Toplicama Sveti Martin
 - provedeno je plaćeno oglašavanje i rad s medijima koji su rezultirali PR objavama

Specifikacija objava u offline medijima

| Tip medija | Ukupan format Oglasa | Ukupan format PR objava | Tržište objave |
|--------------------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------------|
| Novine i časopisi | 25 objava | 39 str | HR |
| | 2 objave | 4 str | SI |
| | 60 objava | 66 str | SLO |
| | 30 objava | 22 str | AU |
| | - | 2 str | EU |
| Radio | 990 min | 180 min | HR |
| TV | - | 60 min | HR |
| | 60 | 180 min | SLO |
| | - | 40 min | Globalno: Eurosport i NGC |
| Outdoor (Jumbo plakati i City light) | 39 objava x 30 dana | -- | HR |

- Posebno ističemo da je snimljena reportaža za **National Geographic Channel** u trajanju 30 minuta o gastronomiji Međimurja koja se prikazuje u preko 90 zemalja svijeta. Procijenjena PR vrijednost navedenog priloga je 1 milijun kuna.
- **Realizirani izdaci:** od **116.464,17** kn odnosi se na usluge oglašavanja

Specifikacija nabavljenih i distribuiranih tiskanih , multimedijalnih i drugih promo materijala

| Rb. | Vrsta promo materijala | Jedinica mjere | Količina |
|-----|---|----------------|----------|
| 1. | Turistička karta Međimurja | kom | 7000 |
| 2. | Imidž brošura Gornje Međimurje | kom | 2000 |
| 3. | T shirt majica s tiskom | kom | 150 |
| 4. | Leci –razni | kom | 1416 |
| 5. | Pozivnice, priznanja, zahvalnice, ulaznice | kom | 200 |
| 6. | Šalice Advent u gradu Zrinskih | kom | 50 |
| 7. | Suveniri razni (koštice, vino, kolači, bučino ulje..) | kom | 476 |

- **Realizirani izdaci** za nabavu promotivnih materijala: **39.010,00** kuna
- **Ostvareni rezultati tržišnih komunikacija:**
 - porasla je vidljivost MŽ kao turističke destinacije što se posljedično očituje kroz povećanje broja jedinstvenih posjeta na web portal visitmedimurje.com za **23%** u odnosu na 2015.g.
 - porastao broj PR (medijskih besplatnih) objava za **15%** u odnosu na 2015.g.
 - TZMŽ dobitnik je prestižne **Swiss Tourist Award** koja se turističkim destinacijama dodjeljuje za visok u kvalitetu integriranih promotivnih aktivnosti proizvoda održivog turizma i to na online platformama
 - reportaža 4nza **National Geographic Channel** u trajanju 30 minuta o gastronomiji Međimurja koja se prikazuje u preko 90 zemalja svijeta
 - prijenos utrle Tour of Croatia s posebnim sažetkom od 10 minuta o Međimurju emitirana preko **Eurosporta** globalno tržište od 120 zemalja svijeta
 - osigurana je dovoljna količina promotivnih materijala za sajamske, prezentacijske nastupe te potrebe turističkih info centara i gospodarskih subjekata u MŽ.
 - procjenjujemo da je ukupna tržišna vrijednost offline i online komunikacija iznosila preko 4 milijuna kuna što je 10 puta više nego što je utrošeno u plaćene oglase.

„Smeđa“ turistička signalizacija

- **Planirani cilj** bio je: kvalitetno usmjeravanje turista u destinaciji do atrakcija.
- **Provedene su aktivnosti:** postavljeno je 15kom smeđih putokaza za turističke atrakcije koji su dotrajali ili oštećeni te za nove objekte.

4.3.4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

4.3.4.1. Sajmovi

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

Specifikacija realiziranih sajamskih nastupa u 2016.

| Rd.br. | Sajam | Datum | Opis |
|--------|--|------------------------|---|
| 1. | Wellcone sajam | 13.-15.05.2016. | Prezentacija turističke ponude Međimurja |
| 2. | 48. izložba vina kontinentalne Hrvatske, Sveti Ivan Zelina | 03.-04.06.2016. | Prezentacija enogastronomske ponude Međimurja |
| 3. | MESAP Nedelišće | 17-19.06.2015. | Prezentacija enogastronomske ponude Međimurja |
| 4. | Zagorski gospodarski zbor, Krapina | 08.09.- 09.09.2016. | Prezentacija turističke ponude Međimurja |
| 5. | 450. obljetnica Sigetske bitke, Sigetvar | 08.-09.09.2016. | Prezentacija turističke ponude Međimurja |
| 6. | Iviggatori, Švicarska | 29.10-02.11.2016. | Prezentacija enogastronomske ponude Međimurja |
| 7. | MESAP jesen, Nedelišće | 19.-20.11.2016. | Prezentacija enogastronomske ponude Međimurja |

- **Realizirani izdaci:** od **87.288,84** kn odnose se na najam i uređenje prostora, t troškove putovanja i transporta, ugostiteljske usluge i potrošne materijale.
- **Ostvareni rezultati:**
 - ostvareni direktni kontakti s preko **100.000** potencijalnih gostiju na hrvatskom, i inozemnim tržištima.
 - porast prepoznatljivost turističkog proizvoda Međimurja

4.3.4.2. Studijska putovanja novinara i agenata

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

Specifikacija realiziranih programa studijskih putovanja novinara

| Rb | Naziv medija | Datum | Broj osoba | Opis |
|-----|---|-----------------|------------|--|
| 1. | HTV | 30.03.2016. | 2 | Snimanje priloga Kamo na vikend |
| 2. | Potnik.si | 01.-03.04.2016. | 2 | Reportaža o međimurju na portalu Potnik.si |
| 3. | Slovenske EDEN destinacije | 20.04.2016. | 15 | Obilazak EDEN destinacije Gornje međimurje |
| 4. | Hrvatski novinari | 06.-07.05.2016. | 30 | Urbanovo night show |
| 5. | Maly Podroznik portal | 12.-13-05-2016. | 2 | Poljski novinari/fotografi-reportaža o Međimurju i Urbanovu |
| 6 | Bicikel.com, Sokol magazin, | 24.-26.05.2016. | 3 | Tema: cikloturizam |
| 7. | Travel yenta blog Michelle Newman - blogerica | 02.-03.06.2016. | 1 | Michelle Newman – blogerica- reportaža o Međimurju |
| 8. | The daily meal | 26.09.2016. | 1 | Reportaža o enogastronomiji |
| 9. | Gastronauti | 13.10.2016. | 45 | Turistička reportaža o Međimurju |
| 10. | EDEN novinari | 18.10.2016. | 10 | U suradnji sa HTZ-om, prezentacija EDEN destinacije Gornje Međimurje |
| 11. | Slovenske EDEN destinacije | 03.-04.11.2016. | 30 | Obilazak EDEN destinacije Gornje međimurje |
| | UKUPNO: | | 141 | |

- **Realizirani izdaci:** od **24.427,50** odnose se na intelektualne i ugostiteljske usluge
- **Ostvareni rezultati:**
 - objavljeni su promotivni članci o destinaciji u procijenjenoj vrijednosti od preko 800.000 kn
 - Porasla vidljivost i prepoznatljivost Međimurja kao turističke destinacije

4.3.4.3. Posebne prezentacije

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - promocija turističkog proizvoda destinacije
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i inozemnom tržištu
- **Provedene su aktivnosti:** u suradnji zainteresiranim gospodarskim subjektima i partnerskim turističkim zajednicama organizirani su nastupi na:

Specifikacija realiziranih posebnih prezentacija

| Rb. | Naziv | Mjesto održavanja | Vrijeme održavanja | Napomena |
|-----|-------------------------------|----------------------|--------------------|---|
| 1. | Međimurski gurman u Nassfeldu | Nassfeld, Austrija | 07.-10.01. | Prezentacija enogastronomske ponude Međimurja |
| 2. | Fetival buša | Mohacs | 04.-05.02. | Info pult |
| 3. | Argus bike festival | Beč | 01.-03.04. | Info pult |
| 4. | Tour of Croatia | Sv. Martin | 24.04. | Info pult |
| 5. | „Međimurje u Ljubljani“ | Ljubljana, Slovenija | 05.05. | Prezentacija enogastronomske ponude Međimurja |
| 6. | Festival Pušipela - Urbanovo | Štrigova | 13.-15.05.2016. | Info pult |
| 7. | Međimursko prošćenje | Zagrebu | 05.06.2016. | Info pult |
| 8. | Nazioni a tavola | Norcia, Italija | 03.-07.08.2016. | Prezentacija enogastronomske ponude Međimurja |

- **Realizirani izdaci:** od **84.235,20 kune** odnose se na najam i uređenje prostora, transportne troškove, intelektualne usluge.
- **Ostvareni rezultati:**
 - ostvaren direktni promotivni kontakti s preko 250 novinara, agencija i drugih turističkih djelatnika
 - porasla vidljivost i prepoznatljivost destinacije

4.3.5. INTERNI MARKETING

- **Planirani cilj** bio je:
 - porast educiranosti predstavnika Tijela TZMŽ
 - upoznavanje i umrežavanje s turističkim destinacijama koje mogu biti primjer dobre prakse
- **Provedene su aktivnosti:** stručno putovanje djelatnika u Nassfeld i uvid u funkcioniranje destinacijskog menadžmenta u Austriji.
- **Realizirani izdaci:** od **5.362,88 kuna** odnose se na troškove putovanja, smještaja i intelektualnih usluga
- **Ostvareni rezultati:** porastao nivo educiranosti zaposlenih u uredu TZMŽ.

4.3.6. KOORDINACIJA I NADZOR

- **Panirani ciljevi** bili su:
 - osigurati zakonitost rada sustava TZ u MŽ
 - poboljšati kvalitetu rada TZ-a općina i gradova
- **Provedene su aktivnosti:** u skladu sa zakonskim obvezama tijekom godine organizirane su koordinacije rada sustava TZ i provođen nadzoru zakonitosti rada sustava turističkih zajednica općina i gradova. Održane su četiri sjednice koordinacije (tromjesečno) na kojima se raspravljalo o: međusobnoj koordinaciji aktivnosti funkcionalnog marketing, izvršavanju ciljeva rada TZO/G, naplati zakonskih prihoda, TZO/G su pismenim putem dostavljati godišnje programe rada, godišnja izvješća o radu i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju. O djelovanju koordinacije vodili su se zapisnici .
- **Realizirani izdaci** uključeni su u okviru poglavlja 4.3.2.1.
 - **Ostvareni rezultati:** TZ-i općina i gradova radili su u skladu s zakonskim obvezama , povećana je kvaliteta rada TZ - općina i gradova

4.3.7. OSTALO

4.3.7.1. Projekt Vidikovci Međimurja

- **Planirani cilj** projekta je bio izrada idejnog projekta za Vidikovci Međimurja
- **Provedene su aktivnosti:**
 - koordinacija sudionika u procesu izrade dokumenta
 - narudžba i izrada projektne dokumentacije te njezina prezentacija
- **Realizirani izdaci:** od 26.250,00 odnose se na intelektualne izrade
- **Ostvareni rezultati:** Izrađen je, usvojen i javnosti predstavljen idejni projekt Vidikovci Međimurja te koordinirane aktivnosti između vlasnika potencijalne parcele za izgradnju i Općine Štrigova. Izrađena je projektna aplikacija i kandidirana za dobivanje sredstava za izradu tehničke dokumentacije do građevinske dozvole z Općinu Štrigova.

4.3.7.2. Projekt Muzejsko interpretacijski centar

- **Planirani cilj** projekta je bio povećati kvalitetu kulturno turističkog proizvoda temeljenog na baštini Zrinskih i kvalitetna organizacija aktivnosti obilježavanja 450. godišnjice Sigetske bitke.
- **Provedene su aktivnosti:**
 - angažirana je stručna suradnica koja je izvršavala:
 - pripremu turističkih paketa Putovima Zrinskih,
 - prikupljanje podataka i stvaranje baze podataka za mađarsko tržište,
 - informiranje turista u Muzejsko informacijskom centru,
 - pripremu i realizaciju programa Adventu u Starom gradu Zrinskih,
 - kreiranje i realizaciju programa vezanih za povijesne i gastronomske sadržaje u sklopu obilježavanja Dana Međimurske županije,
 - sudjelovanje u pripremi izložbe i prihvata posjetitelja u sklopu izložbe 450. godišnjice Sigetske bitke
- **Realizirani izdaci:** od 84.500,00 odnose se na intelektualne usluge vanjskog stručnog suradnika.

- **Ostvareni rezultati:** povećan broj posjeta MMČ, bolja informiranost turista o kulturno-turističkoj ponudi MŽ, uspješno organizirani kulturno-turistički event.

4.3.7.3. Projekt implementacije brenda

U dogovoru s Međimurskom županijom odgođeno za 2017.g. kada će se sinhronizirano provesti brendiranje za Međimurje kao cjelinu.

V. IZVRŠENJE FINACIJSKOG PLANA TZMŽ ZA 2016.g.**PRIHODI**

| MP | OPIS | PLAN | REBALANS PLANA | REALIZACIJA 31.12.2016 | INDE KS 4/5 | % U STRUKTURI |
|----|---|---------------------|---------------------|---------------------------|-------------------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Turističke članarina | 150.000,00 | 180.000,00 | 178.550,20 | 99 | 13,81 |
| 2 | Boravišna pristojba | 75.000,00 | 100.000,00 | 97.081,72 | 97 | 7,67 |
| 3 | Prihod iz proračuna Međimurske županije | 850.000,00 | 800.000,00 | 800.000,00 | 100 | 61,40 |
| 4 | Prihod iz EU fondova | 400.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| 5 | Prihod od Hrvatske turističke zajednice | 300.000,00 | 193.000,00 | 206.085,65 | 107 | 14,81 |
| 6 | Ostali prihodi | 10.000,00 | 30.000,00 | 25.496,20 | 85 | 2,30 |
| | PRIHODI 2016 | 1.785.000,00 | 1.303.000,00 | 1.307.213,77 | 100 | 100,00 |

IZDACI

| MJESTO TROŠKA | OPIS | PLAN | REBALANS PLANA | REALIZACIJA 31.12.2016 | INDE KS 4/5 | % U STRUKTURI |
|------------------|---|-------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | ADMINISTRATIVNI RASHODI | 281.000,00 | 388.761,82 | 390.512,53 | 100 | 29,84 |
| | Rashodi za zaposlene | 226.000,00 | 329.500,00 | 328.311,73 | 100 | 25,29 |
| | Plaće | 187.750,00 | 273.000,00 | 272.108,98 | 100 | 20,95 |
| | Doprinosi na plaće | 30.250,00 | 47.000,00 | 46.802,75 | 100 | 3,61 |
| | Službena putovanja | 5.000,00 | 2.500,00 | 2.400,00 | 96 | 0,19 |
| | Ostali rashodi za zaposlene | 5.000,00 | 7.000,00 | 7.000,00 | 100 | 0,54 |
| | Rashodi za usluge | 38.000,00 | 36.312,68 | 36.772,67 | 101 | 2,79 |
| | Komunikacijske usluge | 6.600,00 | 7.455,68 | 7.868,11 | 106 | 0,57 |
| | Knjigovodstvene usluge i usluge javnog b. | 24.000,00 | 24.557,00 | 24.557,00 | 100 | 1,88 |
| | Usluge tekućeg održavanja opreme | 2.400,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | Ostale usluge (plani promet, taxe ...) | 5.000,00 | 4.300,00 | 4.347,56 | 101 | 0,33 |
| | Rashodi za materijal | 7.000,00 | 13.525,24 | 13.077,25 | 97 | 1,04 |
| | Uredski materijal i telefon, OS laptop | 5.000,00 | 8.866,85 | 9.021,76 | 102 | 0,68 |
| | Sitni inventar | 1.000,00 | 658,39 | 638,49 | 97 | 0,05 |
| | Reprezentacija ureda | 1.000,00 | 4.000,00 | 3.417,00 | 85 | 0,31 |

| | | | | | | |
|----|---|-------------------|-------------------|-------------------|------------|--------------|
| 2 | Naknade za rad tijela TZMŽ i volontera | 10.000,00 | 9.423,90 | 12.350,88 | 131 | 0,72 |
| | Naknade članovima u tijelima TZMŽ | 5.000,00 | 1.572,90 | 4.397,90 | 280 | 0,12 |
| | Doprinosi za stažiste | 5.000,00 | 7.851,00 | 7.952,98 | 101 | 0,60 |
| | DIZAJN VRIJEDNOSTI | 629.000,00 | 228.670,93 | 229.597,93 | 100 | 17,55 |
| 3 | UPRAVLJANJE DESTINAC. I POTPORA DMK | 20.000,00 | 15.764,53 | 15.764,53 | 100 | 1,21 |
| | Intelektualne usluge edukacije | 20.000,00 | 15.764,53 | 15.764,53 | 100 | 1,21 |
| 4 | PROGRAM MEĐIMURJE CYCLIST WELCOM | 220.000,00 | 101.877,50 | 101.877,50 | 100 | 7,82 |
| | Održavanje bike infrastrukture | 50.000,00 | 17.125,00 | 17.125,00 | 100 | 1,31 |
| | Bruto plaća | 54.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | Intelektualne usluge | 41.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | Suorganizacija Tour of Croatiae | 75.000,00 | 76.000,00 | 76.000,00 | 100 | 5,83 |
| | Ostale usluge | 0,00 | 8.752,50 | 8.752,50 | 100 | 0,67 |
| 5 | PROGRAM MEĐIMURSKI GURMAN | 200.000,00 | 50.601,52 | 51.528,52 | 102 | 3,88 |
| | Bruto plaće | 54.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | Službena putovanja | 10.000,00 | 5.931,50 | 6.511,50 | 110 | 0,46 |
| | Intelektualne usluge | 66.000,00 | 24.090,70 | 24.090,70 | 100 | 1,85 |
| | Računalne usluge | 50.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | Najamnine opreme i prostora | 10.000,00 | 3.875,00 | 3.875,00 | 100 | 0,30 |
| | Potrošni materijali | 10.000,00 | 16.704,32 | 17.051,32 | 102 | 1,28 |
| 6 | PROGRAM VOLIM MEĐIMURJE | 30.000,00 | 39.932,13 | 39.932,13 | 100 | 3,06 |
| | Intelektualne usluge | 10.000,00 | 32.630,00 | 32.630,00 | 100 | 2,50 |
| | Ostale usluge | 10.000,00 | 6.847,13 | 6.847,13 | 100 | 0,53 |
| | Ugostiteljske usluge | 10.000,00 | 455,00 | 455,00 | 100 | 0,03 |
| 7 | PROGRAM MEĐIMURJE U POKRETU | 100.000,00 | 20.304,00 | 20.304,00 | 100 | 1,56 |
| | Intelektualne usluge | 0,00 | 304,00 | 304,00 | 100 | 0,02 |
| | Uređivanje i označavanje pješačkih staza | 100.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | Potpore tracking eventima | 0,00 | 20.000,00 | 20.000,00 | 100 | 1,53 |
| 8 | PROGRAM VISITMEĐIMURJE CARD | 59.000,00 | 191,25 | 191,25 | 100 | 0,01 |
| | Organizacija koncepta | 9.000,00 | 191,25 | 191,25 | 100 | 0,01 |
| | Izrada Smartphon aplikacija VML | 50.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI | 600.000,00 | 376.120,83 | 384.167,50 | 102 | 28,87 |
| | Online komunikacije | 300.000,00 | 214.989,16 | 219.905,83 | 102 | 16,50 |
| 9 | Online promotivna kampanja | 220.000,00 | 134.451,66 | 142.576,66 | 106 | 10,32 |
| 10 | Upravljanje Destinacijskim info sustavom | 80.000,00 | 80.537,50 | 77.329,17 | 96 | 6,18 |
| | Offline komunikacije | 300.000,00 | 161.131,67 | 164.261,67 | 102 | 12,37 |
| 11 | Offline promotivna kampanja | 150.000,00 | 114.484,17 | 116.464,17 | 102 | 8,79 |

| | | | | | | |
|----|---|---------------------|---------------------|---------------------|------------|---------------|
| 12 | Nabava promotivnih materijala | 100.000,00 | 37.860,00 | 39.010,00 | 103 | 2,91 |
| 13 | "Smeđa" turistička signalizacija | 50.000,00 | 8.787,50 | 8.787,50 | 100 | 0,67 |
| | DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI | 140.000,00 | 193.333,54 | 195.951,54 | 101 | 14,84 |
| 14 | Sajmovi | 50.000,00 | 87.288,84 | 87.288,84 | 100 | 6,70 |
| | Službena putovanja | 10.000,00 | 31.741,26 | 31.741,26 | 100 | 2,44 |
| | Uređenje štandova | 20.000,00 | 7.450,00 | 7.450,00 | 100 | 0,57 |
| | Najamine prostora | 10.000,00 | 44.453,10 | 44.453,10 | 100 | 3,41 |
| | Potrošni materijali | 10.000,00 | 3.644,48 | 3.644,48 | 100 | 0,28 |
| 15 | Studijska putovanja novinara i agenata | 30.000,00 | 21.809,50 | 24.427,50 | 112 | 1,67 |
| | Intelektualne usluge | 5.000,00 | 4.162,50 | 4.162,50 | 100 | 0,32 |
| | Ugostiteljske i smještajne usluge | 25.000,00 | 17.647,00 | 20.265,00 | 115 | 1,35 |
| 16 | Posebne prezentacije | 60.000,00 | 84.235,20 | 84.235,20 | 100 | 6,46 |
| | Službena putovanja | 10.000,00 | 16.313,23 | 16.313,23 | 100 | 1,25 |
| | Intelektualne usluge | 30.000,00 | 36.962,45 | 36.962,45 | 100 | 2,84 |
| | Potrošni materijali | 10.000,00 | 30.959,52 | 30.959,52 | 100 | 2,38 |
| | Opremanje prezentacijskih prostora | 10.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | INTERNI MARKETING | 65.000,00 | 5.362,88 | 5.362,88 | 100 | 0,41 |
| 17 | Službena putovanja | 40.000,00 | 4.496,01 | 4.496,01 | 100 | 0,35 |
| | Intelektualne usluge | 25.000,00 | 866,87 | 866,87 | 100 | 0,07 |
| | OSTALO | 70.000,00 | 110.750,00 | 110.583,37 | 100 | 8,50 |
| 18 | Projekt Vidikovac (MT 19) | 0,00 | 26.250,00 | 26.250,00 | 100 | 2,01 |
| | Projekt Muzejsko informativni centar | 0,00 | 84.500,00 | 84.333,37 | 100 | 6,49 |
| | Implementacija brenda-intelekt. usluge | 70.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,00 |
| | SVEUKUPNO RASHODI | 1.785.000,00 | 1.303.000,00 | 1.316.175,75 | 101 | 100,00 |

VI. ZAVRŠNE ODREDBE

- Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije (NN 212/2010) Skupština Turističke zajednice Međimurske županije prihvatila je na 11. sjednici održanoj 31. ožujka 2017. godine Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2016.g.
- Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2016.g. će se objaviti na web stranicama TZMŽ.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec

Broj: /17

u Čakovcu, 31. ožujka 2017.g.