

**TURISTIČKA ZAJEDNICA
ZAGREBAČKE ŽUPANIJE**



**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN
ZA 2015. GODINU**

Listopad, 2014.

UVOD

Turizam je za Zagrebačku županiju postao strateški važan kao dio gospodarskog sektora jer ima direktan učinak na gospodarsko, društveno i ekološko blagostanje njenog područja.

Opsežne transformacije s kojima je turizam suočen u ovim promjenjivim vremenima moraju rezultirati novim pristupom od strane javnog i privatnog sektora. Unatoč većoj konkurenciji, uzrokovanoj pojavom novih i razvojem postojećih destinacija, u turizmu je vidljiva promjena „omjera snaga“ u smjeru dominantnog utjecaja klijenata.

Sukladno Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (NN 55/13) i Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), te Strategiji i programima održivoga gospodarskog razvoja Zagrebačke županije 2002.-2015. (Ekonomski institut Zagreb, 2002.), Turistička zajednica Zagrebačke županije će i u narednom razdoblju raditi na unapređenju, očuvanju i promociji svih elemenata turističkog proizvoda Zagrebačke županije, te poticati i pomagati razvoj turizma u županiji, ali istovremeno i njenim gradovima i općinama. Pojačanje aktivnosti koordinacijske funkcije i suradnja s nižim i višim ustrojem i svim pravnim i fizičkim osobama neposredno ili posredno uključenim u turizam županije, ali i pružanje stručne i svake druge moguće pomoći istima.

Prijedlog programa rada Turističke zajednice Zagrebačke županije za 2015. godinu koncipiran je na temelju zadanih mu zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (NN 55/13) i drugih relevantnih studija iz područja gospodarske djelatnosti i sektora turizma Zagrebačke županije.

SURADNJA

MINISTARSTVO TURIZMA

U skladu s preporučenim mjerama i aktivnostima na razini županija, lokalne samouprave i turističkih zajednica potaknut će se:

- inventarizacija i definiranje tj. profiliranje turističke ponude pojedinih destinacija županije, gradova, općina i mjesta;
- razvoj turističkih zona prema utvrđenim prostornim planovima radi osiguravanja dugoročnoga održivoga turističkog razvoja županije;
- poboljšanje županijske i lokalne komunalne infrastrukture i poboljšanje lokalnog javnog prijevoza;
- uređenje turističkih mjesta i javnih sadržaja, te osiguravanje javnih usluga namijenjenih turistima;
- poticanje razvoja i unapređenja dodatne ponude i sadržaja namijenjenih turistima, s naglaskom na smještaju u ruralnom prostoru kao osnovnom preduvjetu razvoja destinacije.

HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA - GLAVNI URED

Suradnja na projektima od zajedničkog značaja s Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice regulirana je sufinanciranjem projekata sukladno kandidaturi nižeg ustroja i prethodno usvojenom modelu sufinanciranja za poslovnu godinu poznatog cijelom sustavu TZ.

Neizmjeno je važna kvalitetna i kontinuirana koordinacija i suradnja sa svim subjektima koji neposredno ili posredno sudjeluju u kreiranju, organizaciji ili prodaji turističkog proizvoda područja Županije, ali i svim nacionalnim institucijama (HTZ, HKG, HGK - Komora Zagreb, HOK, UHPA i druge strukovne udruge), kao i županijskim i lokalnim ugostiteljima, hotelijerima, putničkim agencijama, udrugama i savezima, te institucijama u kulturi i šire.

ZAGREBAČKA ŽUPANIJA

Tijekom 2015. godine očekuje se kontinuirana suradnja sa Zagrebačkom županijom, i to preko Upravnog odjela za gospodarstvo i Upravnog odjela za poljoprivredu na projektima od zajedničkog značaja i važnosti za razvoj turizma Zagrebačke županije, i to:

- projekti od zajedničkog značaja za Zagrebačku županiju i TZ Zagrebačke županije (interpretacija turističkih atrakcija, manifestacije);
- cjelogodišnja događanja, izložbe i prezentacije u TIC-u;
- promotivni materijali, tiskanje brošura i karata, izdavačka djelatnost TZ;
- marketinška infrastruktura, informatizacija;
- sajmovi.

REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

Polazeći od opredjeljenja Zagrebačke županije da svoj ukupni razvoj temelji, između ostalog, i na snažnijem turističkom razvoju, nameću se određeni ciljevi strateške marketinške koncepcije u idućem razdoblju na kojima bi TZ Zagrebačke županije u suradnji s Regionalnom razvojnom agencijom trebala intenzivirati suradnju.

Radi se o politici proizvoda (potpunija uporaba turističkog resursnog potencijala, izgradnja identiteta i repozicioniranje županije kao turističke destinacije), politici plasmana (kvalitativno praćenje tržišnog udjela županije) i politici tržišnog komuniciranja (stvaranje prepoznatljivog i pozitivnog turističkog imidža županije).

SUSTAV TURISTIČKIH ZAJEDNICA GRADOVA, OPĆINA I PODRUČJA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

• Najvažniji turistički programski projekti sustava TZG/TZO/TZP navedeni u programima rada TZG/TZO/TZP za 2014. godinu bit će koordinirani i nadzirani u izvršavanju ciljeva i zadaća.

Tijekom 2014. planirane su četiri koordinacije TZ s područja županije u razmacima od tri mjeseca, koje će biti dokumentirane zapisnikom i svim materijalima.

• Nužna je inventarizacija stanja turističkih resursa, ali i atrakcija na području gradova i gravitirajućih općina, te njihova adekvatnija valorizacija s ciljem unapređenja i stavljanja u turističku ili neku drugu funkciju značajnu za lokalnu zajednicu, županijsku ili nacionalnu razinu. Nositelji su TZG/TZO/TZP i lokalna samouprava.

- Osmišljavanje i razvoj turističkog proizvoda i tematskih turističkih itinerera po županiji u suradnji s TZG/TZO/TZP, relevantnim subjektima koji mogu ponuditi program (putničke agencije) ili mjesto izvođenja programa (ugostiteljsko-smještajni objekti).
- Potpore izložbama i posebnim prezentacijama u TZ Zagrebačke županije.

Iznimno je važno sinergijsko djelovanje svih subjekata koji posredno ili neposredno sudjeluju u kreiranju turističkog proizvoda područja, kao i njegovom plasmanu na tržištu.

RAD TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

U 2015. planiraju se održati:

- dvije sjednice Skupštine TZ Zagrebačke županije (do 31. ožujka, do 31. prosinca)
- četiri sjednice Turističkog vijeća TZ Zagrebačke županije (prva do 29. veljače, ostale u razmacima od tri mjeseca)
- dvije sjednice Nadzornog odbora TZ Zagrebačke županije (ožujak i prosinac)

Članovi tijela TZ Zagrebačke županije ne primaju naknadu za svoje sudjelovanje u radu tijela.

PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA ŽUPANIJE

Broj	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
dolasci	36.000	37.000	38.000	42.000	50.000	54.000
noćenja	60.000	62.000	64.000	74.000	84.000	88.000

Prema navedenom očekuje se porast dolazaka od 8% i noćenja od 5%.

PLANIRANI PRIHODI

Br.	Naziv prihoda	Plan 2014.	Plan 2015.
1.	Turistička članarina	820.000,00	840,00,00
2.	Boravišna pristojba	44.000,00	50.000,00
3.	Proračun Županije	700.000,00	755.000,00
4.	Ostali prihodi	422.000,00	120.000,00
4.1.	Prihodi HTZ-a	350.000,00	100.000,00
4.2.	Prihodi TZG/TZO/TZP	72.000,00	20.000,00

Prema planu predviđen je porast osnovnih prihoda od turističke članarine za 2,4% i prihoda od boravišne pristojbe za 13% na temelju kontinuiranog povećanja dolazaka i noćenja.

Iz proračuna Županije očekuje se porast prihoda od 7,8% i to za projekte od zajedničkog značaja za Zagrebačku županiju i programske aktivnosti kojima se promovira Zagrebačka županija kao turistička destinacija.

Županija će sufinancirati i izradu Strategije turističkog razvoja Zagrebačke županije.

Ostali prihodi planirani su za oglašavanje u promotivnim kampanjama tijekom 2015. godine u suradnji s HTZ-om i sustavom TZ, te programe turističkih zajednica na turistički nerazvijenim područjima.

Vrijednost promotivnih kampanja u 2015. u suradnji s HTZ-om veća je za 51%, ali je dogovoren drugačiji način raspodjele troškova tako da HTZ oglašivačima direktno plaća veći dio troškova kampanje.

PLANIRANI RASHODI

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1. Rashodi za radnike

Ukupno: 590.000,00 kn

2. Rashodi ureda

Ukupno: 132.000,00 kn

3. Rashodi za rad tijela TZ

Ukupno: 0,00 kn

4. Rashodi TIC-a

Ukupno: 132.000,00 kn

TZ Zagrebačke županije djeluje u poslovnom prostoru od 81,65 m2 na adresi Preradovićeve 42 u Zagrebu. Zakupnina ureda plaća se Gradu Zagrebu u mjesečnom iznosu od 510,31 kn. Najam skladišnog (dvije prostorije, ukupno 23 m2) prostora plaća se Matici umirovljenika u mjesečnom iznosu od 2.400,00 kn. Ured je opremljen uredskom opremom i namještajem.

U uredu su zaposleni: mr.sc. Ružica Rašperić - direktorica, Sanja Vujić - stručni suradnik za promidžbu, administrativni marketing i poslovanje i Roman Fekeža - stručni suradnik za EU projekte, razvojne projekte i turističke informacije.

Tijekom godine TZ Zagrebačke županije obavlja sljedeće poslove:

- organizacijske i logističke poslove neposredno vezane uz realizaciju programa rada;
- poslove pripreme materijala i vođenje zapisnika za sjednice Turističkog vijeća, Skupštine i Nadzornog odbora;
- poslove koordinacije djelovanja i nadzora izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja županije, što će obuhvatiti: sjednice koordinacije na kojima će se raspravljati o međusobnoj koordinaciji aktivnosti funkcionalnog marketinga, izvršavanju ciljeva rada TZO/TZG/TZP, naplati zakonskih prihoda, TZO/TZG/TZP će pismenim putem dostavljati godišnje programe rada, godišnja izvješća o radu i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju, o djelovanju koordinacije vodit će se zapisnici i ostala pismena korespondencija;
- izradu programa rada, financijskog plana i drugih programskih i planskih dokumenata, te izvješća o radu;
- pribavljanje, izdavanje i kontrolu financijske dokumentacije te njezinu pripremu za knjigovodstveni servis radi knjiženja;
- poslove informiranja poslovnih subjekata, građana i drugih subjekata o turističkoj ponudi i drugim informacijama vezanim uz rad TZZŽ.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Potpora događanjima

Opis: U Zagrebačkoj županiji u prosjeku se godišnje odvija više od 200 manifestacija, bilo u kulturi, sportu ili zabavi. One su često i glavni motiv dolaska gostiju u našu županiju što obogaćuje turističku ponudu i povećava turističku potrošnju. Projekt se odnosi isključivo na programski definirane manifestacije ili konkretne programe ili infrastrukturne projekte u turizmu lokalne zajednice (TZG/TZO/TZP) s karakterom županijske ili više razine.

Cilj: potporama utjecati na podizanje razine kvalitete ponude turističkih i drugih pretećih sadržaja u vrijeme odvijanja manifestacija, ali i ukupne turističke infrastrukture, doživljaja i novih programa i proizvoda kroz cijelu godinu, suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima kako bi u svoju ponudu uvrstili programe obilaska i posjete gradovima Zagrebačke županije kao atraktivne destinacije kontinentalne Hrvatske.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 100.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

2. Potpora razvoju DMO-a

Opis: DMO na razini destinacije okuplja javni i privatni sektor kako bi se realiziralo zajedničko strateško i destinacijsko menadžment planiranje, razvoj proizvoda i briga za resurse. Integracijom svih resursa i uključivanjem svih dionika turističkih kretanja stvara atraktivnu, prepoznatljivu i bogatu turističku ponudu.

DMO se bavi nizom poslovnih i turističkih aktivnosti poslovnih i drugih subjekata u kreiranju i realizaciji destinacijskog turističkog proizvoda, s ciljem ostvarenja unapređenja konkurentnosti destinacija i optimalne kvalitete, a u svrhu stvaranja prepoznatljivog destinacijskog proizvoda. To je razvojni strategijski alat koji angažira lokalne interese unutar svrsishodne poslovne suradnje s nositeljima ponude, s ciljem povećanja ostvarenog rezultata.

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, te postavkama Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, TZ podupire projekte unapređenja i kreiranja DMO-a.

Cilj: stvaranje atraktivne, prepoznatljive i bogate turističke ponude

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

3. Potpora razvoju DMK-a

Opis: DMK su dio šireg koncepta destinacijskog menadžmenta. Bave se kreiranjem novih proizvoda koji omogućavaju jedinstvene i pamtljive doživljaje i turističkih paketa posebnih interesa u periodima pred i postsezona. Svoje poslovanje temelje na opsežnom poznavanju lokalnih resursa i umreženosti u lokalnoj zajednici, visokoj involviranosti i suradnji s privatnim lokalnim poslovnim subjektima te lokalnim i regionalnim TZ..Najčešće posluju u svoje ime i nude većinom složene proizvode (izlete, pakete, događanja, skupove) ili svoju stručnu uslugu osmišljavanja i menadžmenta u lokalnoj zajednici.

Uloga DMK-a je i preuzimanje zadataka od DMO-a, a ovisi o stupnju razvoja turizma u pojedinim destinacijama, kao i broju i veličini ponuđača (smještajni oblici). Temeljem Zakona o pružanju usluga u turizmu puni opseg usluga destinacijske menadžment kompanije može vršiti samo poduzetnik registriran kao turistička agencija.

Cilj: kreiranje i realizacija prepoznatljivog destinacijskog turističkog proizvoda

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 40.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

4. Tour de Croatia 2015.

Opis: Etapna međunarodna biciklistička utrka (6 etapa - 6 dana - 1000 km) uz sudjelovanje 20 profesionalnih ekipa, od toga osam World Tour ekipa (najbolje svjetske ekipe), ekipe u kojima nastupaju hrvatski biciklisti, jedna hrvatska profesionalna ekipa te 11 ekipa Pro Continental i Continental, kroz 12 hrvatskih gradova i šest županija. Cijelo događanje prenosi Eurosport te nacionalna TV kuća.

Cilj: promocija destinacije, razvoj cikloturizma

Rok izvršenja: 21.-26. travnja 2015.

Troškovi projekta: 50.000,00 kn

Nositelj projekta: HTZ, sustav TZ županija

5. Ekomuzej Žumberak

Opis: Na sve zasićenijem turističkom tržištu posjetitelji traže priču, jedinstvenost i autentični doživljaj. Ekomuzej upravo jest okvir za čuvanje živima priča koje bi se inače postupno izgubile. Geneza ideje Ekomuzeja Žumberak krenula je od činjenica što je područje Žumberka ekonomski relativno nerazvijeno (u usporedbi sa širom regijom, a naročito sa prosjekom EU), demografski pokazatelji govore o starenju stanovništva i depopulaciji, velik dio područja je zaštićeno područje prirodnih vrijednosti. Sva tri faktora uzrokuju probleme kod osiguravanja uvjeta za brži razvoj i usporava nastajanja novih radnih mjesta i gospodarske aktivnosti na pograničnom području. U ekonomski nerazvijenom području se zbog manjeg obima investicija nisu dogodili veći prostorni, pejzažni i okolišni zahvati, koji bi promijenili tradicionalnu sliku sela i ruralnih obilježja Žumberka. Pejzaž i sela su očuvali tradicionalnu privlačnu sliku. Tradicionalne ekonomske aktivnosti su zamijenile nove, a stara zanimanja su u izumiranju. Stariji stanovnici područja su, usprkos smanjenim ekonomskim aktivnostima, puni znanja i vještina o tradicionalnim zanimanjima obrtima povezanih s životom na Žumberku.

Želja ekomuzeja za jačanjem identiteta obnavljanjem i jačanjem povijesnog naslijeđa koje je sadržano u životu i sjećanju svake lokalne zajednice u suglasju je s ekonomskim razvojnim ciljevima turizma, dapače može biti i ključni čimbenik i motivator održivog turističkog i sveukupnog razvoja. Naime, promicanja baštinskih vrijednosti određenog područja i njegova stanovništva može dati i ekonomske učinke upravo zahvaljujući i razvoju turizma. Povećana društvena i ekonomska vrijednost destinacije na tržištu rezultat je jačanja ukupnog baštinskog identiteta njezina teritorija.

Trenutno u svijetu egzistira preko tristo ekomuzeja, a u Hrvatskoj samo dva: Kuća o batani u Rovinju i Ekomuzej Mura u Međimurju.

Cilj: povećanje privlačnosti područja za život u ruralnom prostoru, povećanje atraktivnosti područja za turiste, očuvanje i oživljavanje kulturne materijalne i nematerijalne baštine, povećanje ekonomske populzivnosti pograničnog područja

Rok izvršenja: tijekom narednih godina

Troškovi projekta: 50.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, Zagrebačka županija

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje (opće)

Opis: Ovaj oblik oglašavanja koristi internet kako bi dostavio marketinšku poruku korisnicima. Internet je danas vodeći među ostalim medijima oglašavanja i najdostupniji široj javnosti i najvećem broju korisnika (na *Googleu* se mjesečno obavlja više od 30 milijarda pretraživanja). Oglašavanje na internetu u RH bilježi stalan porast (internetsko oglašavanje u RH raste brže od EU prosjeka, čak i u razdoblju krize *online* oglašavanje nezaustavljivo raste). Procjenjuje se da danas ima više od milijun internetskih korisnika u Hrvatskoj. Prednost internetskog oglašavanja je mogućnost obraćanja ciljanoj populaciji sa za to unaprijed dobro smišljenom propagandnom kampanjom

Cilj: kontinuirano promovirati sva događanja u županiji što široj populaciji

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 70.000,00 kn

Nositelj projekta: TZZŽ

1.2. Internet oglašavanje (udruženo - promotivne kampanje HTZ-a)

Opis: Oglašavanje u sklopu promotivne kampanje Hrvatske turističke zajednice, Model V. - oglašavanje destinacijske ponude, u kojemu HTZ sudjeluje do 80% troškova kampanje, a TZZŽ i TZG 20%, uključuje oglašavanje na stranicama *tip Travel magazina*, prvog hrvatskog *online* magazina o turizmu i putovanjima, u hrvatskom, engleskom i njemačkom izdanju (Tip Kreativa); kampanju na internetskom portalu *hotspots.net.hr* (Magoo studio) te kampanju "*Croatia by us*" i *blogosferu Večernjeg lista* (Darna).

Cilj: kontinuirano promovirati županiju i sva događanja što široj populaciji

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 16.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZZŽ, TZG

1.3. Internet stranice i upravljanje internet stranicama

Opis: Kvalitetna web stranica temelj je bilo kakva prisustva na internetu. Mora biti prilagođena različitim internetskim sučeljima, od klasičnog internet preglednika do mobilnih uređaja, a njezina uspješnost se mora pratiti na tražilicama, analitici sadržaja itd. Stvorili smo web stranicu koju će, primjerice, prosječan stanovnik Zagrebačke županije pogledati svako jutro uz vijesti na T-portalu ili Indexu i statusima na 'fejsu'. Time je stvorena veća mogućnost da otkrije događaje i zanimljivosti Zagrebačke županije.

Stranica je temeljena na otvorenim tehnologijama i sustavu WordPress /početna stranica, početna stranica svakog mjesta, statična stranica (npr. podstranica mjesta), prikaz novosti i arhiv novosti, prikaz bloga/.

Stranica je na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku.

Cilj: Kontinuirano i ažurno promovirati sva događanja u županiji i turističkom uredu kroz kalendarsku godinu putem interneta. Ostvariti trajni kontakt s internet orijentiranim turistom, te novi, bolji kontakt s posjetiteljima, poglavito inozemnim, putem popularnog medija interneta.

Rok izvršenja: ažuriranje i održavanje tijekom cijele godine

Troškovi projekta: 10.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, Extendis d.o.o.

1.4. Društvene mreže Twitter i Facebook

Opis: Na Facebooku, jednoj od najpopularnijih društvenih mreža u Hrvatskoj, možemo stavljati ideje i zanimljivosti koje korisnici „lajkaju“, čime ih šire svojim prijateljima, i događaje na koje se mogu prijaviti. Twitter okuplja, kao što je pokazala anketa Tweetokracije, obrazovanije građane, zahtjevnije potrošače, koji obožavaju svoje gadžete, a koji čine kupce veće platežne moći i mogućnosti.

Vođenje i moderiranje službene Facebook fan stranice i Twitter profila TZZŽ na hrvatskom jeziku uključuje komunikaciju s korisnicima, objavu novosti, odgovaranje na pitanja i pomaganje korisnicima Facebooka i Twittera u sudjelovanju u događajima koje TZZŽ promovira.

Cilj: S obzirom na želju da što više posjetitelja redovito posjećuje web stranice, moramo im se obratiti na mjestu gdje se oni već nalaze. U ovom trenutku to su društvene mreže Facebook i Twitter, među najpopularnijima u Hrvatskoj.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 0,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ

1.5. Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije

Opis: Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije zamišljen je kao intuitivan prikaz svih turističkih destinacija pomoću web stranice, mobilne aplikacije, društvenih mreža i interaktivnog displeja. Uz brzu i vizualno ugodnu prezentaciju na virtualnoj karti korisnik lako može pronaći što mu je prioritet. Stranica bi sadržavala video priloge, snimke, tekstove, galerije i fotografije, turistu bi pružila "županiju na dlanu" i bila njegov virtualni turistički vodič. Multimedijски sadržaj činile bi i panoramske fotografije i video snimke helikopterom, koje korisniku mogu dati puni doživljaj prirodnih i kulturnih ljepota Zagrebačke županije, te niz promotivnih filmova, snimljenih i montiranih prema najvišim promotivnim standardima.

Cilj: približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima, domaćima i posebice stranim

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 80.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, MediaM video produkcija

2. Offline komunikacije

Tijekom 2015. godine razvojem tematskih projekata nastavit će se s intenzivnom promidžbom kako bi se učvrstio pozitivni image i postigao kontinuitet u objedinjenju i učinkovitosti korištenja svih medija, od tiskovina do TV emisija.

TZZŽ će se sa županijskim sustavom (TZG/TZO/TZP) oglašavati u promotivnim kampanjama svih vrsta medija.

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Opis: Za 2015. godinu, putem javnog poziva, TZZŽ je podnijela kandidaturu promotivnih kampanja i/ili promotivno/prodajnih kanala sustava TZ i drugih subjekata na kontinentu (imidž oglašavanje i komercijalno oglašavanje) u kojima će Hrvatska turistička zajednica oglašavati hrvatski turizam u 2015. godini (Model V. - oglašavanje destinacijske ponude). Oglašavanje obuhvaća oglašavanje u tiskovnim medijima, na televiziji, radiju i internetu.

Cilj: promocija turističke ponude destinacije

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 15.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZZŽ, TZG

2.2. Opće oglašavanje

2.2.1. Oglašavanje u tisku . . . 90.000,00 kn

2.2.2. TV oglašavanje . . . 100.000,00 kn

2.2.3. Vanjsko oglašavanje . . . 20.000,00 kn

2.2.4. Radijsko oglašavanje . . . 40.000,00 kn

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 250.000,00 kn

Nositelj projekta: TZZŽ

2.3. Brošure i ostali tiskani materijali

Jedna od osnovnih zadaća sustava TZ je promocija područja za koje su ustrojene. Brošure i ostali tiskani promo materijali namijenjeni su boljoj informiranosti i lakšem snalaženju, te edukaciji i upoznavanju posjetitelja i turista s područjem županije (tj. destinacije).

NOVI TISAK

Kalendar događanja 2015., hrv./engl., 3000 kom . . . 10.000,00 kn
Kulturna baština, engl., 2000 kom (novo izdanje) . . . 30.000,00 kn
Plakati, razglednice . . . 10.000,00 kn

DOTISAK

Turistički vodič, hrv./engl., 2000 kom . . . 25.000,00 kn
Zagrebačka županija, hrv./engl., 2000 kom . . . 15.000,00 kn
Zagrebačka županija, engl./njem., 2000 kom . . . 15.000,00 kn
Biciklističke rute (*dotisak prema potrebi 1-13*) . . . 15.000,00 kn

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 120.000,00 kn

Nositelj projekta: TZZŽ

2.4. Suveniri i promo materijali

U svrhu promocije županije suveniri i ostali promo materijali korisni su kao dodatak postojećim promotivnim materijalima

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 50.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZZŽ

2.5. Info table

Opis: Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije

Cilj: Atraktivnost pojedinih turističkih resursa procijenjena je na temelju njihovog značaja, te u ovisnosti o stupnju njihove turističke opremljenosti što uključuje: očuvanost, prezentabilnost, dostupnost javnosti, obilježnost i interpretativni elementi (putokazi, interpretacijske ploče, info-kiosci, promo materijali). Zbog toga je nužan preduvjet daljnjeg turističkog razvoja županije i povećanje turističke opremljenosti valoriziranih turističkih atrakcija i drugih brojnih resursa.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, TZG/TZO/TZP

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi

Opis: Sajmovi i kongresi dokazano su najsvrsishodnija platforma i jedinstvena prigoda za sveobuhvatno predstavljanje turističke ponude, susret s novim klijentima, njegovanje kontakata s poslovnim partnerima, sondiranje tržišta, kao i definiranje buduće marketinške strategije.

Sudjelovanje na sajmovima čvrsta je podloga za stjecanje i razvoj novih ideja, globalni pristup i ciljani marketing.

U 2015. TZŽ, u suradnji s TZŽ središnje Hrvatske planira nastup u Münchenu na posebnoj prezentaciji (studenj 2015.), te s TZG Zagreba nastup na sajmu SITC u Barceloni (travanj 2015.)

Cilj: sveobuhvatno predstavljanje turističke ponude, susret s novim klijentima i poslovnim partnerima, sondiranje tržišta te definiranje buduće marketinške strategije

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 30.000,00 kn

Nositelj projekta: TZŽ

2. Posebne prezentacije

2.1. Izložbe u TIC-u

Opis: Suradnja sa sustavom TZG/TZO/TZP, te relevantnim institucijama i suradnicima TZ na kreiranju mjesečnih izložbi u prostoru TIC-a. Program za 2015. godinu radi se na temelju prijedloga TZG/TZO/TZP.

Cilj: sustavno informiranje stanovnika Zagreba, te domaćih i stranih posjetitelja o turističkim i drugim vrijednostima i događanjima u županiji; kvalitetno tematski osmišljenim izložbama kroz godinu prezentirati bogatstvo i raznolikost ponude Zagrebačke županije i potaknuti na suradnju.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 10.000,00 kn

Nositelji projekta: TZŽ, TZG/TZO/TZP

2.2. Projekti klastera središnje Hrvatske

Opis: Na unapređenju nastupa i promociji klaster planira nazočiti posebnim prezentacijama na inozemnom tržištu u Pragu (svibanj) i Grazu (ožujak), prema tematskim sadržajima.

Cilj: zajednička promocija klastera središnje Hrvatske i turističke ponude kontinentalne Hrvatske

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelji projekta: klaster središnje Hrvatske

2.3. Promocija turizma Zagrebačke županije

Opis: Promocija kompletne turističke ponude Zagrebačke županije na Trgu bana J. Jelačića u Zagrebu u trajanju od tri dana (vrijeme održavanja prema dogovoru s Gradom Zagrebom).

Cilj: približavanje turističke destinacije županije Zagrebu, kao velikom emitivnom tržištu

Rok izvršenja: proljeće 2015. (datum prema dogovoru s Gradom Zagrebom)

Troškovi projekta: 20.000,00

Nositelji projekta: Zagrebačka županija - Upravni odjel za gospodarstvo, TZZZ

3. Studijska putovanja novinara

Opis: Putovanja novinara i suradnja s novinarima organizira se uglavnom u suradnji s Glavnim uredom HTZ-a i nižim ustrojem TZ županije. TZ županije sukreira program studijskog putovanja i snosi dio troškova boravka novinara (smještaj, hrana, vođenje, druge aktivnosti). Svrha članaka i reportaža uglavnom je afirmativnog karaktera, a njihov rezultat je bolja promocija same destinacije u zemlji i svijetu.

Cilj: promocija destinacije u zemlji i svijetu

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 14.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZZZ

V. INTERNI MARKETING

1. Edukacija

U 2015. godini TZZZ će sudjelovati na programima edukacije, treninga i unaprjeđenja normativnog okvira za destinacijski menadžment, a s ciljem jačanja uloge turističkih zajednica kao DMO-a na svim razinama te poboljšanjem komunikacije unutar sustava turističkih zajednica kao DMO-a.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 19.000,00 kn

Nositelji projekta: direktor ureda TZZZ

2. Koordinacija i nadzor sustava TZ na području županije

TZZŽ koordinira djelovanje te obavlja nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća sustava TZ na području županije (čl. 46, točka 8., Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma).

Tijekom 2015. godine u planu je održavanje četiri koordinacije sustava TZ.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 5.000,00 kn

Nositelji projekta: direktor ureda TZZZ

3. Nagrade i priznanja

Rok izvršenja: tijekom godine
Troškovi projekta: 8.000,00 kn
Nositelj projekta: direktor ureda TZZŽ

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

1.1. CD, DVD, spotovi, plakati, razglednice

Opis: Tematski filmovi o županiji ciljano će se koristiti za distribuciju na sajmovima, raznim prezentacijama, press konferencijama; prigodan su poklon, a mogu se prikazivati i na društvenim mrežama te web stranicama.

Cilj: za nastupe na sajmovima i prezentacijama osigurati dovoljne količine CD/DVD-a

Rok izvršenja: tijekom godine
Troškovi projekta: 5.000,00 kn
Nositelj projekta: TZZŽ

1.2. Promo filmovi

Rok izvršenja: tijekom godine
Troškovi projekta: 20.000,00 kn
Nositelj projekta: TZZŽ

2. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Zbog izrade novih promo materijala potrebno je planirati sredstva za dizajn, grafičku pripremu, prijevod, lekturu.

Rok izvršenja: tijekom godine
Troškovi projekta: 50.000,00 kn
Nositelj projekta: TZZŽ

3. Pretplate, literatura, *press cut*

Cilj: Kako bismo osigurali dostupnost informacijama o novostima u turizmu, potrebno je pretplatiti se na stručne časopise i literaturu vezanu uz turizam.
Pretplaćeni smo: Večernji list, Turist plus, Turizam

Rok izvršenja: tijekom godine
Troškovi projekta: 2.000,00 kn
Nositelj projekta: direktor ureda TZZŽ

VII. POSEBNI PROGRAMI

1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena

S ciljem poboljšanja i proširivanja ukupne ponude destinacije, a sukladno Programu rada, TZŽŽ će poticati i pomagati projekte i programe za razvoj i unapređenje turističke infrastrukture, projekte i programe za razvoj novih turističkih proizvoda i unapređivanje turističke ponude destinacije, tradicijskih manifestacija i događanja te provođenje edukacije na područjima koja nisu turistički razvijena.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelj projekta: TZŽŽ

VIII. OSTALO

1. Izrada strategije turističkog razvoja Zagrebačke županije

Prema članku 46. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), zadaća županijske turističke zajednice je, između ostaloga, izrada strategije razvoja turizma na nivou županije, te donošenje strateškoga marketinškog plana za područje županije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma, stoga će TZŽŽ u 2015. dati izraditi strategiju turističkog razvoja Zagrebačke županije. Ovaj dokument trebao bi dati jasne smjernice budućeg dugoročnog tržišnog pozicioniranja, definirati strateške razvojne prioritete i njihove nositelje te kreirati okvir za privlačenje potencijalnih investitora te povećanje poslovnih rezultata u području turizma.

Rok izvršenja: tijekom godine (120 dana od potpisivanja ugovora s izvršiteljem)

Troškovi projekta: 215.000,00 kn

Nositelj projekta: Institut za turizam, TZŽŽ

U Zagrebu, 20. listopada 2014.

mr.sc. Ružica Rašperić,
direktorica TZ Zagrebačke županije

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2014	PLAN 2015	INDEKS	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	50.000	50.000	100	2,29
2.	Prihodi od turističke članarine	840.000	840.000	100	38,48
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije /državnog	700.000	755.000	108	34,59
3.1.	za programske aktivnosti	700.000	755.000	108	34,59
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	0		0	0,00
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	305.000	120.000	39	5,50
4.1.	Prihodi HTZ	218.000	100.000	46	4,58
4.2.	Prihodi TZG/ TZO/ TZP	87.000	20.000	23	0,92
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	415.000	415.000	100	19,01
6.	Izvanredni prihod	3.000	3.000	100	0,14
6.1.	Prihodi od kamata	3.000	3.000	100	0,14
	SVEUKUPNO PRIHODI	2.313.000	2.183.000	94	100,00

MJESTO TROŠKA	RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2014	PLAN 2015	INDEKS	STRUKTURA %
I.	I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	889.000	854.000	96	39,12
1001	1.	Rashodi za radnike	625.000	590.000	94	27,03
100	2.	Rashodi ureda	132.000	132.000	100	6,05
200	4.	Rashodi TIC-a	132.000	132.000	100	6,05
II.	II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	200.500	260.000	130	11,91
300	1.	Potpورا događanjima	100.000	100.000	100	4,58
3001	2.	Potpورا razvoju DMO-a	72.500	20.000	28	0,92
3002	3.	Potpورا razvoju DMK-a	15.000	40.000	267	1,83
301	4.	Projekt: Tour de Croatia	0	50.000	0	2,29
3010	5.	Projekt: Eko muzej Žumberak	13.000	50.000	385	2,29
III.	III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	805.000	631.000	78	28,91
302	1.	Online komunikacije	238.000	176.000	74	8,06
3021	1.1.	Internet oglašavanje (opće, blog i dr.)	90.000	70.000	78	3,21
30210	1.2.	Internet oglašavanje (Udruženo ogl.)	50.000	16.000	32	0,73
3022	1.3.	Internet stranice i upravljanje Internet str.	40.000	10.000	25	0,46
3023	1.4.	Društvene mreže Twiter i Facebook	0	0	0	0,00
3024	1.5.	Panorame područja	21.000	0	0	0,00
3024	1.5.1.	Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije	0	80.000	0	3,66
3025	1.6.	Mobilne aplikacije	37.000	0	0	0,00
304	2.	Offline komunikacije	567.000	455.000	80	20,84
3041	2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	80.000	15.000	19	0,69
30410	2.1.1.	Oglašavanje u mobilnim promo kampanjama	2.000	0	0	0,00
	2.2.	Opće oglašavanje	228.000	250.000	110	11,45
3042	2.2.1.	Oglašavanje u tisku	95.000	90.000	95	4,12
3043	2.2.2.	TV oglašavanje	80.000	100.000	125	4,58
3044	2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	18.000	20.000	111	0,92
3045	2.2.4.	Radijsko oglašavanje	35.000	40.000	114	1,83
305	2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	197.000	120.000	61	5,50
306	2.4.	Suveniri i promo materijali	50.000	50.000	100	2,29
307	2.5.	Info table	10.000	20.000	200	0,92

IV.	IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	108.500	94.000	87	4,31
308	1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	55.000	30.000	55	1,37
309	2.	<i>Posebne prezentacije</i>	39.500	50.000	127	2,29
3091	2.1.	Izložbe u TIC-u	12.000	10.000	83	0,46
3092	2.2.	Projekt klastera središnje Hrvatske	0	20.000	0	0,92
3093	2.3.	Promocija turizma Zagrebačke županije	27.500	20.000	73	0,92
310	3.	Studijska putovanja novinara	14.000	14.000	100	0,64
V.	V.	INTERNI MARKETING	18.000	32.000	178	1,47
311	1.	Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	5.000	19.000	380	0,87
312	2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije	5.000	5.000	100	0,23
313	3.	Nagrade i priznanja	8.000	8.000	100	0,37
VI.	VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	134.000	77.000	57	3,53
314	1.	<i>Proizvodnja multimedijalnih materijala</i>	50.000	25.000	50	1,15
3141	1.1.	CD, DVD	5.000	5.000	100	0,23
3142	1.2.	Promo filmovi	45.000	20.000	44	0,92
315	2.	Istraživanje tržišta	0	0	0	0,00
316	3.	Formiranje baze podataka	0	0	0	0,00
317	4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	0	0	0	0,00
318	5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	82.000	50.000	61	2,29
319	6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	0	0	0	0,00
320	7.	Pretplate, literatura, press cut	2.000	2.000	100	0,09
VII.	VII.	POSEBNI PROGRAMI	10.000	20.000	200	0,92
321	1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	10.000	20.000	200	0,92
VIII.	VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	0	215.000	0	9,85
322	1.	Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije	0	215.000	0	9,85
IX.	IX.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)	0	0	0	0,00
		SVEUKUPNO RASHODI	2.165.000	2.183.000	101	100,00
		PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	148.000		0	0,00

	OPIS	PLAN 2014.	PLAN 2015.	INDEKS	STRUKTURA %
REDNI					
BROJ					
1	2	3	4	5	6
I	RASHODI UREDA	132.000	132.000	100	97,95
I	MATERIJALNI RASHODI	18.000	18.000	100	13,64
1	Utrošeni materijal	3.000	3.000	100	2,27
2	Potrošena energija	5.900	5.900	100	4,47
3	Benzin, plin	9.100	9.100	100	6,89
II	RASHODI ZA OSTALE USLUGE	86.100	86.100	100	63,18
1	Prijevozne usluge, pošta i telefon	9.000	9.000	100	6,82
2	Usluge održavanja	5.000	5.000	100	3,79
3	Usluge čišćenja i dr.	4.000	4.000	100	3,03
4	Usluge leasinga, najma i iz najma	40.000	40.000	100	30,30
5	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	20.900	20.900	100	15,83
6	Komunalne usluge	4.500	4.500	100	3,41
7	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel.,ostale usluge...)	2.700	2.700	0	0,00
III	NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA	22.120	22.120	100	16,76
1	Naknade zaposlenicima	9.320	9.320	100	7,06
2	Izdaci reprezentacija	7.000	7.000	100	5,30
3	Premije osiguranja	2.000	2.000	100	1,52
4	Bankovne usluge	3.800	3.800	100	2,88
IV	OSTALI RASHODI POSLOVANJA	5.780	5.780	100	4,38
1	Izdaci nemat.-materijalne imovine	5.280	5.280	100	4,00
2	Ostali izdatci poslovanja	500	500	100	0,38

	OPIS	PLAN 2014.	PLAN 2015.	INDEKS	STRUKTURA %
REDNI BROJ					
1	2	3	4	5	6
II	RASHODI TIC-a	132.000	132.000	100	100,00
I	MATERIJALNI RASHODI	18.000	18.000	100	13,64
1	Utrošeni materijal	3.000	3.000	100	2,27
2	Potrošena energija	5.900	5.900	100	4,47
3	Benzin, plin	9.100	9.100	100	6,89
II	RASHODI ZA OSTALE USLUGE	86.100	86.100	100	65,23
1	Prijevozne usluge, pošta i telefon	9.000	9.000	100	6,82
2	Usluge održavanja	5.000	5.000	100	3,79
3	Usluge čišćenja i dr.	4.000	4.000	100	3,03
4	Usluge leasinga, najma i iz najma	40.000	40.000	100	30,30
5	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	20.900	20.900	100	15,83
6	Komunalne usluge	4.500	4.500	100	3,41
7	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel.,ostale usluge...)	2.700	2.700	100	2,05
III	NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA	21.820	20.620	95	15,62
1	Naknade zaposlenicima	9.020	6.820	76	5,17
2	Izdaci reprezentacija	7.000	8.000	114	6,06
3	Premije osiguranja	2.000	2.000	100	1,52
4	Bankovne usluge	3.800	3.800	100	2,88
IV	OSTALI RASHODI POSLOVANJA	6.080	7.280	120	5,52
1	Izdaci nemat.-materijalne imovine	5.580	6.780	122	5,14
2	Ostali izdatci poslovanja	500	500	100	0,38