

**TURISTIČKA ZAJEDNICA  
ZAGREBAČKE ŽUPANIJE**



**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN  
ZA 2019. GODINU**

Listopad, 2018.

## 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 i Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, te Strategiji turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine, 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.

Strategija razvoja turizma Hrvatske do 2020. uspostavila je sustav načela razvoja turizma od kojih se gotovo sva mogu primijeniti i na Zagrebačku županiju.

Sustav načela razvoja turizma Zagrebačke županije obuhvaća:

- prostornu ekološku održivost
- društvenu održivost
- ekonomsku održivost.

U skladu sa širokim spektrom odgovornosti i poslova turističkih zajednica koje, osim promocijskih aktivnosti, sve više preuzimaju poslove menadžmenta, te odgovaraju sve većem nizu interesnih grupa unutar same destinacije, važno je da se turističke zajednice percipiraju kao lideri u upravljanju razvojem turizma u destinaciji, odnosno, kao aktivni partneri u planiranju i donošenju odluka vezanim uz ukupan razvoj destinacija.

Zagrebačka županija svojim turističkim proizvodima nadopunjuje proizvode susjednih županija, pa je isto tako važno surađivati na razvoju tih proizvoda i, prema potrebi, provoditi zajedničke promocijske aktivnosti i aktivnosti širenja područja na kojima se ti proizvodi aktivno nude tržištu.

Sustav turističkih zajednica danas se nalazi pred organizacijskim promjenama, ali bez obzira na način funkcioniranja u skoroj budućnosti važno je sljedeće:

- osigurati informiranost o planu, tijeku provedbe i realizaciji programa
- osigurati komunikaciju među dionicima
- osigurati aktivno uključivanje različitih dionika u provedbu programa
- osigurati suradnju među dionicima u provedbi aktivnosti
- osigurati praćenje i evaluaciju aktivnosti (po godinama)

Prijedlog programa rada Turističke zajednice Zagrebačke županije za 2019. godinu koncipiran je na temelju zadanih mu zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine i Strategije turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine te 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 2019. 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
- 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 2019. godinu bit će koordinirani i nadzirani u izvršavanju ciljeva i zadaća.

Tijekom 2019. 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).

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

## **KLASTER SREDIŠNJA HRVATSKA (osam županijskih turističkih zajednica)**

U uvjetima značajnih promjena u međunarodnom i nacionalnom konkurentskom okruženju nameće se potreba međužupanijskog povezivanja uz načela ekonomske, socijalne i ekološke održivosti u promociji na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

## **RAD TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE ZAGREBAČKE ŽUPANIJE**

U 2019. 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, odnosno prema potrebi)
- 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.	2016.	2017.	2018.	2019.
<b>dolasci</b>	36.000	37.000	38.000	42.000	50.000	54.000	60.000	75.000	95.000	115.000
<b>noćenja</b>	60.000	62.000	64.000	74.000	84.000	88.000	95.000	110.000	150.000	175.000

## PLANIRANI PRIHODI

Br.	Naziv prihoda	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	<b>Turistička članarina</b>	900.000,00	1.000.000,00
2.	<b>Boravišna pristojba</b>	90.000,00	100.000,00
3.	<b>Proračun Županije</b>	723.000,00	700.000,00
4.	<b>Ostali prihodi</b>	611.000,00	751.000,00
4.1.	<i>Prihodi HTZ-a</i>	<i>600.000,00</i>	<i>700.000,00</i>
4.2.	<i>Prihodi TZG/TZO/TZP</i>	<i>11.000,00</i>	<i>51.000,00</i>

Prema planu predviđen je 11% veći prihod od turističke članarine, a prihod od boravišne pristojbe veći za 11% na temelju kontinuiranog povećanja dolazaka i noćenja.

Iz proračuna Županije očekuje se prihod manji za 3% za projekte od zajedničkog značaja za Zagrebačku županiju i programske aktivnosti kojima se promovira Zagrebačka županija kao turistička destinacija.

Ostali prihodi planirani su za oglašavanje u promotivnim kampanjama tijekom 2019. godine u suradnji s HTZ-om i sustavom TZ, te programe turističkih zajednica na turistički nerazvijenim područjima.

## PLANIRANI RASHODI

### I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

986.000,00 kn

#### 1. Rashodi za radnike

Ukupno: 722.000,00 kn

#### 2. Rashodi ureda

Ukupno: 132.000,00 kn

#### 3. Rashodi TIC-a

Ukupno: 132.000,00 kn

#### 4. Rashodi za rad tijela TZ

Ukupno: 0,00 kn

TZ Zagrebačke županije djeluje u poslovnom prostoru od 81,65 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>) 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, Roman Fekeža - stručni suradnik za EU projekte, razvojne projekte i turističke informacije, te Antonela Marić - turistički informator.

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.

### **1. Potpora događanjima**

**Opis:** U Zagrebačkoj županiji u prosjeku se godišnje odvija oko 300 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 pratećih 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:** 90.000,00 kn

**Nositelj projekta:** direktor ureda TZŽŽ

### **2. Potpora razvoju DMO-a**

**Opis:** DMO (destinacijske menadžment organizacije) na razini destinacije okupljaju 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 bave 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 (destinacijske menadžment kompanije) 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 postsezone. 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 DMK može obavljati samo poduzetnik registriran kao turistička agencija.

**Cilj:** kreiranje i realizacija prepoznatljivog destinacijskog turističkog proizvoda

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 15.000,00 kn

**Nositelj projekta:** direktor ureda TZŽ

#### 4. Tour of Croatia - CRO Race

**Opis:** Tour of Croatia - CRO Race, etapna međunarodna biciklistička utrka, događanje je kojem je sportska arena cijela Hrvatska. Utrka se održava na više od 1000 kilometara, uključeno je 12 gradova domaćina, a prolazi kroz više od 100 različitih mjesta, s više od 500 minuta televizijskog prijenosa uživo (Eurosport, nacionalna TV kuća...). Najbolje biciklističke ekipe i njihovi članovi bore su se za etapne pobjede, a prisustvo nekih od najzvučnijih imena svjetskog biciklizma dodatno pomaže u afirmaciji Toura of Croatia i ekspanziji medijskog praćenja utrke na globalnoj razini. Tour of Croatia - CRO Race događanje je koje je postalo važan dio ukupne turističke ponude te jedan od glavnih motiva za razvoj cikloturističke ponude i dolazak cikloturista te dodatnog unapređenja imidža Hrvatske u svijetu.

**Cilj:** promocija destinacije, razvoj cikloturizma

**Rok izvršenja:** travanj 2019.

**Troškovi projekta:** 15.000,00 kn

**Nositelj projekta:** HTZ, sustav TZ županija i TZ gradova, Top sport events

#### 5. Cikloturizam - *Cyclist Welcome Quality*

**Opis:** Strategija razvoja turizma RH do 2020. predviđa intenzivni razvoj cikloturizma kao jednog od turističkih proizvoda s najvećom perspektivom razvoja. Cikloturizam i biciklizam općenito su u stalnom porastu, a stalno se povećava i broj ruta. Cikloturizam može dati novi zamah razvoju cjelogodišnjeg turizma, razvoju kontinentalnog turizma, razvoju ruralnih krajeva i malog gospodarstva. Radi unapređenja postojećeg turističkog proizvoda cikloturizma bilo je nužno uvođenje sustava integriranog upravljanja kvalitetom i označavanja u Zagrebačkoj županiji. Ciljane skupine koje su obuhvaćene projektom su: smještajni objekti svih kategorija, ugostiteljski objekti s uslugom prehrane, turističko-informativni centri TZ-a, turističke agencije (trenutno 27 objekata). U 2019. provest će se godišnja provjera nositelja standarda CWQ, uvođenje novih objekata, te njihova promocija.

**Cilj:** pozicioniranje Zagrebačke županije kao cikloturističke destinacije visoke kvalitete usluge

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 20.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZŽ, RAM DC d.o.o.



## 6. Okusi zagrebačkoga kraja

**Opis:** Projekt „Okusi zagrebačkoga kraja“ dio je projekta „Okusi hrvatske tradicije“. Usmjeren je na razvoj ponude lokalnih i regionalnih gastronomsko-kulinarskih prepoznatljivosti, brendiranje, umrežavanje ponude, promociju i propagandu sudionika nosioca standarda „Okusi“, te sustavni razvoj turističke ponude i novih turističkih proizvoda u području gastronomije. Brendirani u sklopu nacionalnog projekta „Okusi hrvatske tradicije“, izabrani objekti u ponudi tijekom cijele godine imaju najmanje šest jela, od čega su najmanje dva glavna jela, s popisa gastronomske baštine Zagrebačke županije kreiranih u dva sezonska jelovnika (proljeće/ljeto i jesen/zima), te šest pića lokalnih proizvođača, od čega najmanje četiri etikete vina. Osim toga, objekti moraju zadovoljiti osnovne kriterije kvalitete i sadržajnosti dosadašnje ponude, opće uređenosti i tržišnog ugleda. Standard „Okusi zagrebačkoga kraja“ nosi 12 objekata: Bistro Babriga (Velika Gorica), Izletište Vina Kos-Jurišić (Sveti Ivan Zelina), Hotel Bunčić (Vrbovec), Seoski turizam Kezele (Ivanić-Grad), Restoran Samoborska klet (Samobor), Krčma Gabreku 1929. (Samobor), Restoran Golf (Zaprešić), Izletište Suhina (Sveta Nedelja), Restoran Ivančić (Jastrebarsko), Hotel Princess (Jastrebarsko), Ekopark Krašograd (Pisarovina), Seosko domaćinstvo Stara preša (Šenkovec).

U 2019. u planu je održavanje manifestacije „Dani okusa Zagrebačke županije“, dodjela standarda novim objektima te pojačana promidžba u medijima.

**Cilj:** stvaranje atraktivne, prepoznatljive i bogate turističke ponude

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 40.000,00 kn

**Nositelj projekta:** Vall 042 d.o.o., TZZŽ

## 7. Interpretacija destinacije kroz nematerijalnu kulturnu baštinu - Turistička ruta pisaca i pjesnika Zagrebačke županije

**Opis:** Projekt objedinjuje kroz posebno osmišljenu interpretaciju priče o životu i radu naših poznatih pjesnika i pisaca, povezanu s određenim lokalitetima Zagrebačke županije, a kojim se želi uz pomoć interpretacije i storytellinga ukazati na bogatstvo književne i pjesničke baštine županije. Uključuje poznate i intimne crtice iz života naših pisaca i pjesnika, a glavni cilj je povezati lokalnu zajednicu s vlastitom poviješću te im pružiti model za interpretaciju književne baštine u turizmu i osmišljavanju kulturno-turističkog proizvoda prema pravilima struke i održivom turističkom razvoju. Projektom se favorizira manje formalan i relativno opušten pristup, uz izbjegavanje tradicionalnih interpretacijskih alata poput tiskanih materijala, interpretatora i vodiča, interpretacijskih panela ili unaprijed definiranog, linearno određenog kretanja interpretacijskom stazom kako bi se korisniku omogućilo intimnije i neposrednije upoznavanje s kulturnom baštinom kroz različite vremenske slojeve. Upravo je takav pristup jedan od razloga zbog kojeg je kao medij interpretacije odabran oblik vremeplova kroz audio vodič.

U 2019. u planu je organiziranje konferencije, dodatno uključivanje lokalnih TZ u projekt, izrada karte rute i njezino postavljanje na web platformu (locator) s poveznicom na čitaonice i knjižnice gdje se nalaze originali djela ili gdje su literarne večeri, večeri poezije, poveznica na rodne kuće autora i njihovih obitelji, na škole gdje su išli, na mjesta gdje se odvijala radnja u romanima i sl..

**Cilj:** kreiranje i realizacija prepoznatljivog destinacijskog turističkog proizvoda, promocija destinacije

**Rok izvršenja:** tijekom godine  
**Troškovi projekta:** 10.000,00 kn  
**Nositelj projekta:** Kores savjetovanje d.o.o., TZZŽ

## 8. Ekomuzej Žumberak

**Opis:** 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. 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. 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.

Koncept razvoja projekta završen je u prosincu 2014. godine. Uspostavljena je partnerska mreža i upravljanje projektom, napravljen je program razvoja 2015.-2020., kao i edukacija članova mreže.

U 2018. izrađen je label i muzeografska interpretacijska rješenja (putem javnog poziva HTZ-a za dodjelu potpora turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima), a u razdoblju 2019.-2020. planirana je pojačana promocija i distribucija na tržištu.

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

**Rok izvršenja:** tijekom godine  
**Troškovi projekta:** 30.000,00 kn  
**Nositelj projekta:** TZZŽ

### III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1.308.000,00 kn

#### 1. Online komunikacije /937.000,00 kn/

##### 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. Oglašavanje na internetu u RH bilježi stalan porast. Procjenjuje se da danas u Hrvatskoj ima više od tri milijuna aktivnih internetskih korisnika. 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:** 35.000,00 kn  
**Nositelj projekta:** TZZŽ

## 1.2. Udruženo internet oglašavanje (promotivne kampanje HTZ-a)

**Opis:** Udruženo oglašavanje temeljem javnog poziva Hrvatske turističke zajednice, Model 1 - Udruženo destinacijsko oglašavanje sustava turističkih zajednica, usmjerili smo na inozemno, europsko tržište. Odobrena ukupna sredstava za Zagrebačku županiju iznose 700.000,00 kn, a udio HTZ-a u kampanji iznosi maksimalno do 80%. Kampanja će se temeljiti na općem oglašavanju destinacije na internetu i društvenim mrežama - tržišta Njemačka, Poljska, Srbija, Mađarska, Slovenija, Austrija, Italija, Hrvatska, te internet magazinu TIP Travel magazine čitanom u 130 zemalja svijeta.

**Cilj:** kontinuirano promovirati županiju što široj populaciji

**Rok izvršenja:** tijekom godine  
**Troškovi projekta:** 785.000,00 kn  
**Nositelji projekta:** HTZ - Glavni ured, TZZŽ, TZG/TZO/TZP

## 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. Imamo web stranicu koju, primjerice, prosječan stanovnik Zagrebačke županije može pogledati svako jutro uz vijesti na portalima i statusima na 'fejsu'. Time je stvorena veća mogućnost da otkriju događanja 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:** 6.000,00 kn  
**Nositelji projekta:** TZZŽ, Craft shop - obrt za dizajn

## 1.4. Društvene mreže Facebook, Instagram i Twitter

**Opis:** Na Facebooku, još uvijek jednoj od najpopularnijih društvenih mreža u Hrvatskoj, stavljamo ideje i zanimljivosti koje korisnici 'lajkaju', čime ih šire svojim prijateljima, i događaje na koje se mogu prijaviti. Instagram, s oko sto milijuna aktivnih korisnika iz cijeloga svijeta, pretežito mlađe životne dobi, intuitivan je i lako se koristi, te njime uključujemo korisnike da dijele svoje fotografije županije. Twitter okuplja, kako je pokazala anketa *Tweetokracije*, obrazovanije građane, zahtjevnije potrošače, a koji čine kupce veće platežne moći i mogućnosti.

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

U 2019. pojačat će se promocija događanja i destinacije kroz društvene mreže.

**Cilj:** kontinuirano i ažurno promovirati sva događanja u županiji kroz kalendarsku godinu, ostvariti trajni kontakt s internet orijentiranim turistima

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 60.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZZŽ, Darna d.o.o.

### 1.5. Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije ([www.locator-tzzz.com](http://www.locator-tzzz.com))

**Opis:** Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije (*locator-tzzz*) zamišljen je kao intuitivan prikaz svih turističkih destinacija pomoću web stranice, mobilne aplikacije, društvenih mreža i interaktivnog dispeya. Uz brzu i vizualno ugodnu prezentaciju na virtualnoj karti korisnik lako može pronaći što mu je prioritet. Stranica sadržava snimke, tekstove, galerije i fotografije, turistu pruža "županiju na dlanu" i njegov je virtualni turistički vodič. Multimedijски sadržaj čine i panoramske fotografije i video snimke helikopterom, koje korisniku mogu dati puni doživljaj prirodnih i kulturnih ljepota Zagrebačke županije, te promotivni filmovi, snimljeni i montirani prema najvišim promotivnim standardima.

U 2019. godini u planu je u *locator* dodati Rutu pisaca i pjesnika Zagrebačke županije.

**Cilj:** približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 10.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZZŽ, Kronike Velike Gorice d.o.o.

### 1.6. Panorame područja - Virtualna šetnja 360°

**Opis:** Virtualna šetnja kroz Zagrebačku županiju u 360 stupnjeva suvremeni je, inovativni i interaktivni vizualni prikaz gradova i okolice iz zraka (korištene su najnovije webVR tehnologije). Na ovaj način nudimo novo i drugačije iskustvo razgledavanja županije te predstavljanje njezinih atrakcija uz mogućnost orijentiranja kroz prirodne, povijesne, kulturne i gastronomske znamenitosti. Virtualnu šetnju moguće je koristiti na svim tipovima uređaja, od PC-a, pametnog telefona ili tableta, uz dodatnu mogućnost pregleda preko virtualnih naočala.

U 2019. u planu je nadogradnja postojećeg projekta podnim 360 pozicijama. Za svaku postojeću zračnu postaviti će se četiri dodatne podne 360 lokacije (ukupno 44). Na taj način će se dodatno naglasiti atraktivnosti koje trenutno vidimo iz zračne perspektive te one koje se trenutno ne vide dovoljno detaljno dobro (dvorci, izletišta, crkve, muzeji, parkovi, lokacije u gradu i sl.).

**Cilj:** približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 35.000,00 kn  
**Nositelji projekta:** TZZŽ, 360 Provideo d.o.o.

### 1.7. Vision One

**Opis:** Vision One projekt je mreže mobilnih aplikacija koja povezuje aplikacije iz različitih kategorija interesa (turistička ponuda, gastro ponuda...). Kroz aplikaciju lansirana je i jedinstvena platforma koja okuplja i potiče potrošnju domaćih proizvoda i usluga kroz model "Zelena kuća". Vizija projekta „Vision One“ umrežavanje je svih dionika u turizmu kontinentalne Hrvatske u suradnji s gradovima i turističkim zajednicama, promovirajući lokalne poduzetnike sa svojim proizvodima i uslugama. Do sada je izrađeno i umreženo 13 aplikacija svih TZ s područja ZZ, uključujući i TZZŽ.

U 2019. nastavit će se s unošenjem podataka te daljnjom promocijom projekta Vision One.

**Cilj:** približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima

**Rok izvršenja:** održavanje tijekom cijele godine

**Troškovi projekta:** 6.000,00 kn

**Nositelji projekta:** TZZŽ, Vision team d.o.o.

## 2. Offline komunikacije /371.000,00 kn/

Tijekom 2019. godine razvojem tematskih projekata nastavit će se s intenzivnom promidžbom kako bi se učvrstio pozitivni imidž 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. Udruženo oglašavanje (promotivne kampanje HTZ-a)

**Opis:** Za 2019. godinu, putem javnog poziva HTZ-a za udruženo oglašavanje, TZZŽ je podnijela kandidaturu promotivnih kampanja u Modelu 1 - Udruženo destinacijsko oglašavanje sustava turističkih zajednica.

Sukladno Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma za razdoblje 2014. - 2020. te ostalim strateškim dokumentima, TZZŽ je u obzir uzimala programe koji se plasiraju na ciljane emitivna tržišta, prvenstveno inozemna, koji povezuju turističke destinacije u županiji te koji za cilj imaju povećanje turističke potrošnje i povećanje noćenja na području županije. Odobrena ukupna sredstava za Zagrebačku županiju iznose 700.000,00 kn, a udio HTZ-a u kampanji iznosi maksimalno do 80%.

Oglašavanje će se, osim *online*, provoditi u tiskanom mediju Lust auf Kroatien (Njemačka, Austrija, dio Švicarske) i In Your Pocket (Beč, Zagreb).

**Cilj:** promocija turističke ponude destinacije

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 91.000,00 kn

**Nositelji projekta:** HTZ - Glavni ured, TZZŽ, TZG/TZO/TZP

## 2.2. Opće oglašavanje

2.2.1. Oglašavanje u tisku	. . .	50.000,00 kn
2.2.2. TV oglašavanje	. . .	100.000,00 kn
2.2.3. Vanjsko (ino) oglašavanje	. . .	10.000,00 kn
2.2.4. Radijsko oglašavanje	. . .	30.000,00 kn

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 190.000,00 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 destinacijom.

### NOVI TISAK

Kalendar događanja 2019., hrv./engl., 2000 kom . . . 10.000,00 kn

Cestovni i turistički zemljovid (hrv./engl./njem./franc.) 3000 kom . . . 30.000,00 kn

**DOTISAK (prema potrebi)** . . . 10.000,00 kn

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 50.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZZŽ

## 2.4. Suveniri i promo materijali

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

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 40.000,00 kn

**Nositelj projekta:** direktor ureda TZZŽ

## IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

98.000,00 kn

### 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.

Tijekom 2019. godine u planu je sudjelovanje na turističkom sajmu „Destinations“ u Londonu (veljača) u suradnji s TZZ Vukovarsko-srijemskom, Osječko-baranjskom, Požeško-slavonskom, Virovitičko-podravskom i Varaždinskom, te Moskvi (ožujak).

**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:** 45.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZZŽ

## 2. Posebne prezentacije

### 2.1. Projekti klastera Središnja Hrvatska

**Opis:** U suradnji s klasterom Središnja Hrvatska, i u 2019. godini se nastavit će se raditi na unapređenju nastupa i promociji turističke ponude kontinentalne Hrvatske.

**Cilj:** promocija turističke ponude kontinentalne Hrvatske

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 3.000,00 kn

**Nositelji projekta:** TZ klastera Središnja Hrvatska

### 2.2. Promocija turizma Zagrebačke županije

**Opis:** Promocija kompletne turističke ponude Zagrebačke županije

**Cilj:** približavanje turističke destinacije županije domaćim i stranim gostima

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 35.000,00 kn

**Nositelji projekta:** TZZŽ

## 3. Studijska putovanja novinara i agenata

**Opis:** Putovanja novinara i agenata organiziraju 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:** 15.000,00 kn

**Nositelji projekta:** HTZ - Glavni ured, TZZŽ



## V. INTERNI MARKETING

30.000,00 kn

### 1. Edukacija

U 2019. godini TZŽŽ 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:** 15.000,00 kn

**Nositelji projekta:** direktor ureda TZŽŽ

### 2. Koordinacija i nadzor sustava TZ na području županije

TZŽŽ 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 2019. godine u planu je održavanje četiri koordinacije sustava TZ.

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 5.000,00 kn

**Nositelji projekta:** direktor ureda TZŽŽ

### 3. Nagrade i priznanja

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 10.000,00 kn

**Nositelj projekta:** direktor ureda TZŽŽ

## VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

132.000,00 kn

### 1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

#### 1.1. Promotivni filmovi

**Opis:** Tijekom 2019. u planu je snimanje dva promotivna filma o Zagrebačkoj županiji.

Film u duljini od 3 do 5 minuta obuhvatit će cijelu županiju. Snimat će se tjedan dana, s mogućnošću proširenja na duže vremensko razdoblje kako bi se snimili određeni događaji ili zanimljivi vremenski uvjeti. Moći će se podijeliti na kraće videozapise za Instagram i Facebook.

U planu je snimiti i kratki film od 1,5 minute o jednom odabranom odredištu u županiji (Žumberak). Snimljen u jednom danu, pozivat će potencijalne goste da posjete snimanu lokaciju.

**Cilj:** na zanimljiv način prikazati Zagrebačku županiju i učiniti je što privlačnijom potencijalnim turistima i izletnicima



**Troškovi projekta:** 60.000,00 kn  
**Rok izvršenja:** tijekom godine  
**Nositelji projekta:** Ashley Coulburn Production, TZŽŽ

## 1.2. Vlog

**Opis:** Video je postao vodeći *online* medij kroz koji potencijalni posjetitelji odlučuju o svojim turističkim destinacijama. Blogerska neposrednost koja se komunicira kroz vlog stvara emocionalnu sponu s gledateljima: vlog je subjektivan i upravo to koristi kao svoju promotivnu prednost. Vlog mora biti kratak, duhovit, edukativan i efektan. Izrada vloga obuhvaća: autorski koncept, scenarij, prezentaciju (lice pred kamerom), snimanje, montiranje, izvršnu produkciju, režiju, promociju na društvenim mrežama (blogu, YouTubeu i Facebooku).

U suradnji s A. Pisac, autoricom Zagreb Honestly bloga, snimljene su u 2018. dvije epizode vloga o gastro i eno ponudi županije (projekt „Okusi zagrebačkoga kraja“). U 2019. u planu je snimanje jedne epizode vloga (tema će se dogovoriti naknadno).

**Cilj:** na nov i zanimljiv način prikazati Zagrebačku županiju i učiniti je što privlačnijom potencijalnim turistima i izletnicima

**Troškovi projekta:** 15.000,00 kn  
**Rok izvršenja:** tijekom godine  
**Nositelji projekta:** Vizura d.o.o., TZŽŽ

## 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:** 55.000,00 kn  
**Nositelj projekta:** TZŽŽ

## 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, Turizam

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

## VII. POSEBNI PROGRAMI

10.000,00 kn

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

**Opis:** 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:** 10.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZŽŽ

## VIII. EU PROGRAMI

10.000,00 kn

### 1. ProNaCul

**Opis:** Turistička zajednica Zagrebačke županije odlučila je promocijom i interpretacijom postojeće prirodne i kulturne baštine projektnog područja (Žumberak) osnažiti svijest prirodnim i kulturnim resursima i turistički ih valorizirati. Koncept projekta temelji se raspoloživosti i kvalitativnim značajkama područja.

Strategijom razvoja turizma Hrvatske do 2020. godine posebno se naglašava potreba za razvojem inovativnih tematskih turističkih proizvoda i to pogotovo u kontinentalnom dijelu RH, a kulturni/baštinski turizam se dodatno definira i kao prioritetni turistički proizvod za Klaster Središnja Hrvatska u sklopu kojega se nalazi i Zagrebačka županija. Poseban značaj ovom projektu daju i činjenice što je prostor Žumberka ekonomski vrlo nerazvijen, s izuzetno izraženim trendom depopulacije, a najvećim dijelom obuhvaćen je Parkom prirode Žumberak-Samoborsko gorje, uključen je u europsku ekološku mrežu *NATURA 2000*, a Ministarstvo kulture RH proglasilo ga je zaštićenim kulturnim krajolikom.

Ideja projekta je da se postojeće atrakcije i resursi putem inovativnog organiziranja i 'pakiranja' čim prije stave u funkciju turističke ponude te da se paralelno, koristeći prije svega izvore EU fondova, promovira i unapređuje potrebna infrastruktura te educiraju turistički kadrovi.

Nositelj projekta je Regionalna razvojna agencija Zasavje (Slovenija). U projektu sudjeluju partneri iz sedam zemalja (Slovenija, Italija, Hrvatska, Srbija, Grčka, Albanija, BiH). TZŽŽ je jedan od partnera, a pridruženi partner je i JUPP Žumberak-Samoborsko gorje.

Projekt ProNaCul (Promocija prirodne i kulturne baštine kroz razvoj održivog turizma u zaštićenim područjima) prijavljen je na 2. poziv programa *Interreg Adrion*. Rezultati se očekuju u proljeće 2019., a mogući početak provedbe krajem godine.

**Cilj:** promocija i očuvanje prirodne i kulturne baštine te podupiranje razvoja transnacionalnih strategija zajedničke promocije regije kao turističke destinacije

**Rok izvršenja:** tijekom narednih godina

**Troškovi projekta:** 10.000,00 kn

**Nositelj projekta:** Regionalna razvojna agencija Zasavje

## 2. „kulTura“

**Opis:** Projektu „kulTura“ odobrena su sredstva iz Operativnog programa *Interreg Slovenija-Hrvatska 2014.-2020.* Rezultati projekta u prvoj će fazi provedbe ponajviše utjecati na razvoj grada i općine uključene u njega, no cilj je primjer dobre prakse predstaviti i ostalim gradovima. Kroz projekt će se pokrenuti obnova i revitalizacija objekata, ali i infrastrukture za posjetitelje, izvršiti nabava specijalizirane opreme koja olakšava kretanje osoba s ograničenom mobilnosti, te razviti sustav proizvoda i usluge prilagodljiv svim posjetiteljima, kao i ostalim zainteresiranim gradovima i općinama. Partneri u projektu su s hrvatske strane Grad Jastrebarsko (vodeći partner), Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Visoka poslovna škola Libertas, te sa slovenske strane Općina Črnomelj, Univerza u Ljubljani i Razvojno informacijski center Bela krajina. Turistička zajednica Zagrebačke županije u projekt se uključila kao pridruženi partner te će sudjelovati u promociji projekta.

**Cilj:** aktiviranje i obnova kulturne baštine malih gradova i općina s ciljem turističkog razvoja i pružanja turističke ponude za sve osobe, ali s posebnim naglaskom na osobe s ograničenom mobilnosti

**Rok izvršenja:** 30 mjeseci (1.5. 2018. - 31.10. 2020.)

**Troškovi projekta:** 0,00 kn

**Nositelj projekta:** Grad Jastrebarsko

<b>IX. OSTALO</b>	<b>53.000,00 kn</b>
-------------------	---------------------

Prema dosadašnjim iskustvima, tijekom tekuće godine TZZŽ često dobiva vrlo zanimljive i inovativne ponude novih projekata, pa se zbog takvih slučajeva planira rezerva sredstava u iznosu od 53.000,00 kuna.

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 53.000,00 kn

**Nositelj projekta:** direktor ureda TZZŽ

U Zagrebu, 22. listopada 2018.

mr.sc. Ružica Rašperić,  
direktorica TZ Zagrebačke županije

## PRIHODI

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018	PLAN 2019	INDEKS PLAN 2019 / PLAN 2018	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	90.000	100.000	111	3,49
2.	Prihodi od turističke članarine	900.000	1.000.000	111	34,88
3.	Prihodi iz proračuna županije	723.000	700.000	97	24,42
3.1.	<i>za programske aktivnosti</i>	<i>723.000</i>	<i>700.000</i>	<i>97</i>	<i>24,42</i>
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	611.000	751.000	123	26,19
4.1.	<i>Prihodi HTZ</i>	<i>600.000</i>	<i>700.000</i>	<i>117</i>	<i>24,42</i>
4.2.	<i>Prihodi TZG/ TZO/ TZP</i>	<i>11.000</i>	<i>51.000</i>	<i>464</i>	<i>1,78</i>
5.	Prijenos prihoda prethodne i tekuće godine	399.000	314.000	79	10,95
6.	Prihodi od kamata i ostali prihod	35.000	2.000	6	0,07
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.758.000</b>	<b>2.867.000</b>	<b>104</b>	<b>100,00</b>

## RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018	PLAN 2019	INDEKS PLAN 2019 / PLAN 2018	STRUKTURA %
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>944.000</b>	<b>986.000</b>	<b>104</b>	<b>34,39</b>
1.	Rashodi za radnike	680.000	722.000	106	25,18
2.	Rashodi ureda	132.000	132.000	100	4,60
3.	Rashodi TIC-a	132.000	132.000	100	4,60
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>279.000</b>	<b>240.000</b>	<b>86</b>	<b>8,37</b>
1.	Potpora događanjima	100.000	90.000	90	3,14
2.	Potpora razvoju DMO-a	20.000	20.000	100	0,70
3.	Potpora razvoju DMK-a	15.000	15.000	100	0,52
4.	Projekt: Tour of Croatia	15.000	15.000	100	0,52
5.	Projekt: Cikloturizam CWQ	34.000	20.000	59	0,70
6.	Projekt: Okusi zagrebačkoga kraja	58.000	40.000	69	1,40
7.	Projekt: Interpretacija destinacije	37.000	10.000	27	0,35
8.	Projekt: Ekomuzej Žumberak	0	30.000	0	1,05
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>942.500</b>	<b>1.308.000</b>	<b>139</b>	<b>45,62</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije</b>	<b>428.500</b>	<b>937.000</b>	<b>219</b>	<b>32,68</b>
1.1.	Internet oglašavanje (opće, blog i dr.)	80.000	35.000	44	1,22
1.2.	Internet oglašavanje (udruženo ogl.)	258.000	785.000	304	27,38

1.3.	Internet stranice i upravljanje internet stranicama	6.000	6.000	100	0,21
1.4.	Društvene mreže	0	60.000	0	2,09
1.5.	Digitalni interaktivni prikaz ZŽ (locator)	12.000	10.000	83	0,35
1.6.	Panorame područja - virtualne šetnje 360	36.500	35.000	96	1,22
1.7.	Mobilne aplikacije	36.000	6.000	17	0,21
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije</b>	<b>514.000</b>	<b>371.000</b>	<b>72</b>	<b>12,94</b>
2.1.	Udruženo oglašavanje (promo kampanje HTZ)	205.000	91.000	44	3,17
2.2.	Opće oglašavanje	177.000	190.000	107	6,63
2.2.1.	<i>Oglašavanje u tisku</i>	<i>45.000</i>	<i>50.000</i>	<i>111</i>	<i>1,74</i>
2.2.2.	<i>TV oglašavanje</i>	<i>100.000</i>	<i>100.000</i>	<i>100</i>	<i>3,49</i>
2.2.3.	<i>Vanjsko oglašavanje (ino oglašivači)</i>	<i>7.000</i>	<i>10.000</i>	<i>143</i>	<i>0,35</i>
2.2.4.	<i>Radijsko oglašavanje</i>	<i>25.000</i>	<i>30.000</i>	<i>120</i>	<i>1,05</i>
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	52.000	50.000	96	1,74
2.4.	Suveniri i promo materijali	60.000	40.000	67	1,40
2.5.	Info table	20.000	0	0	0,00
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>143.000</b>	<b>98.000</b>	<b>69</b>	<b>3,42</b>
1.	Sajmovi	63.000	45.000	71	1,57
2.	Posebne prezentacije	65.000	38.000	58	1,33
2.1.	Projekt klastera Središnja Hrvatska	3.000	3.000	100	0,10
2.2.	Promocija Zagrebačke županije	62.000	35.000	56	1,22
3.	Studijska putovanja novinara i agenata	15.000	15.000	100	0,52
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>100</b>	<b>1,05</b>
1.	Edukacija	15.000	15.000	100	0,52
2.	Koordinacija i nadzor sustava TZ	5.000	5.000	100	0,17
3.	Nagrade i priznanja	10.000	10.000	100	0,35
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>102.000</b>	<b>132.000</b>	<b>129</b>	<b>4,60</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	35.000	75.000	214	2,62
1.1.	Promo filmovi	35.000	60.000	171	2,09
1.2.	Vlog	0	15.000	0	0,52
2.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	65.000	55.000	85	1,92
3.	Pretplate, literatura, press cut	2.000	2.000	100	0,07
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>100</b>	<b>0,35</b>
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	10.000	10.000	<b>100</b>	0,35

<b>VIII.</b>	<b>EU PROGRAMI</b>	<b>0</b>	<b>10.000</b>	<b>0</b>	<b>0,35</b>
1.	ProNacul	0	10.000	0	0,35
2.	"kulTura"	0	0	0	0,00
<b>IX.</b>	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>	<b>307.500</b>	<b>53.000</b>	<b>17</b>	<b>1,85</b>
1.	Labeling Ekomuzej Žumberak	125.000	0	0	0,00
2.	Ostalo	182.500	53.000	0	1,85
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>2.758.000</b>	<b>2.867.000</b>	<b>104</b>	<b>100,00</b>

RB	OPIS	PLAN 2018	PLAN 2019	INDEKS PLAN 2019 / PLAN 2018	STRUKTURA %
1	2	3	4	5	6
<b>I</b>	<b>RASHODI UREDA</b>	<b>132.000</b>	<b>132.000</b>	<b>100</b>	<b>100,00</b>
<b>I.</b>	<b>MATERIJALNI RASHODI</b>	<b>15.000</b>	<b>15.000</b>	<b>100</b>	<b>11,36</b>
1.	Utrošeni materijal	4.000	4.000	100	3,03
2.	Potrošena energija	2.000	2.000	100	1,52
3.	Benzin, plin	9.000	9.000	100	6,82
<b>II.</b>	<b>RASHODI ZA OSTALE USLUGE</b>	<b>84.000</b>	<b>84.000</b>	<b>100</b>	<b>63,64</b>
1.	Prijevozne usluge, pošta i telefon	10.000	10.000	100	7,58
2.	Usluge održavanja	5.500	5.500	100	4,17
3.	Usluge čišćenja i dr.	2.500	2.500	100	1,89
4.	Usluge leasinga, najma i iz najma	41.000	41.000	100	31,06
5.	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	16.000	16.000	100	12,12
6.	Komunalne usluge	3.000	3.000	100	2,27
7.	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel, ostale usluge...)	6.000	6.000	100	4,55
<b>III.</b>	<b>NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA</b>	<b>23.500</b>	<b>26.000</b>	<b>111</b>	<b>19,70</b>
1.	Naknade zaposlenicima	10.000	12.500	125	9,47
2.	Izdaci reprezentacija	7.500	7.500	100	5,68
3.	Premije osiguranja	2.000	2.000	100	1,52
4.	Bankovne usluge	4.000	4.000	100	3,03
<b>IV.</b>	<b>OSTALI RASHODI POSLOVANJA</b>	<b>9.500</b>	<b>7.000</b>	<b>74</b>	<b>5,30</b>
1.	Izdaci nemat.-materijalne Imovine	8.500	6.000	71	4,55
2.	Ostali izdaci poslovanja	1.000	1.000	100	0,76

RB	OPIS	PLAN 2018	PLAN 2019	INDEKS PLAN 2019 / PLAN 2018	STRUKTURA %
1	2	3	4	5	6
<b>II</b>	<b>RASHODI TIC-a</b>	<b>132.000</b>	<b>132.000</b>	<b>100</b>	<b>100,00</b>
<b>I.</b>	<b>MATERIJALNI RASHODI</b>	<b>15.000</b>	<b>15.000</b>	<b>100</b>	<b>11,36</b>
1.	Utrošeni materijal	4.000	4.000	100	3,03
2.	Potrošena energija	2.000	2.000	100	1,52
3.	Benzin, plin	9.000	9.000	100	6,82
<b>II.</b>	<b>RASHODI ZA OSTALE USLUGE</b>	<b>83.000</b>	<b>83.000</b>	<b>100</b>	<b>62,88</b>
1.	Prijevozne usluge, pošta i telefon	10.000	10.000	100	7,58
2.	Usluge održavanja	5.500	5.500	100	4,17
3.	Usluge čišćenja i dr.	2.500	2.500	100	1,89
4.	Usluge leasinga, najma i iz najma	41.000	41.000	100	31,06
5.	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	16.000	16.000	100	12,12
6.	Komunalne usluge	2.000	2.000	100	1,52
7.	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel, ostale usluge...)	6.000	6.000	100	4,55
<b>III.</b>	<b>NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA</b>	<b>27.000</b>	<b>28.000</b>	<b>104</b>	<b>21,21</b>
1.	Naknade zaposlenicima	14.000	15.000	107	11,36
2.	Izdaci reprezentacija	7.000	7.000	100	5,30
3.	Premije osiguranja	2.000	2.000	100	1,52
4.	Bankovne usluge	4.000	4.000	100	3,03
<b>IV.</b>	<b>OSTALI RASHODI POSLOVANJA</b>	<b>7.000</b>	<b>6.000</b>	<b>86</b>	<b>4,55</b>
1.	Izdaci nemat.-materijalne Imovine	6.000	5.000	83	3,79
2.	Ostali izdaci poslovanja	1.000	1.000	100	0,76