

TURISTIČKA ZAJEDNICA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE



PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Listopad, 2015.

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 Županijskoj razvojnoj strategiji Zagrebačke županije 2011.-2016. i Strategiji turističkog razvoja Zagrebačke županije (Institut za turizam, 2015.), 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.

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 2016. godinu koncipiran je na temelju zadanih mu zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine 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 2016. 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 2016. godinu bit će koordinirani i nadzirani u izvršavanju ciljeva i zadaća.

Tijekom 2016. 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 2016. 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.	2016.
dolasci	36.000	37.000	38.000	42.000	50.000	54.000	60.000
noćenja	60.000	62.000	64.000	74.000	84.000	88.000	95.000

Prema navedenom očekuje se porast dolazaka od 11% i noćenja od 8%.

PLANIRANI PRIHODI

Br.	Naziv prihoda	Plan 2015.	Plan 2016.
1.	Turistička članarina	1.125.000,00	1.125.000,00
2.	Boravišna pristojba	50.000,00	55.000,00
3.	Proračun Županije	700.000,00	700.000,00
4.	Ostali prihodi	184.000,00	250.000,00
4.1.	<i>Prihodi HTZ-a</i>	<i>128.000,00</i>	<i>200.000,00</i>
4.2.	<i>Prihodi TZG/TZO/TZP</i>	<i>56.000,00</i>	<i>50.000,00</i>

Prema planu predviđen je isti prihod od turističke članarine, a prihod od boravišne pristojbe veći za 10% na temelju kontinuiranog povećanja dolazaka i noćenja. Iz proračuna Županije očekuje se isti prihod, i to 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 2016. godine u suradnji s HTZ-om i sustavom TZ, te programe turističkih zajednica na turistički nerazvijenim područjima.

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, Roman Fekeža - stručni suradnik za EU projekte, razvojne projekte i turističke informacije, te Antonela Marić - stručno osposobljavanje za rad bez zasnivanja radnog odnosa (stručni suradnik u turizmu - 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, naplata 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: 120.000,00 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: 30.000,00 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 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: 65.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

4. 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. 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.

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.

Cilj: izrada interpretacijskih rješenja, brendiranje i labeling, kao i izrada projektne aplikacije i podnošenje kandidature prema fondovima EU

Rok izvršenja: tijekom narednih godina

Troškovi projekta: 50.000,00 kn

Nositelji projekta: TZŽŽ, Zagrebačka županija

5. Cikloturističke rute

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 - trenutno ih u Hrvatskoj ima oko 420 ukupne duljine oko 13.000 km. U Europi trenutno ima oko 60 milijuna aktivnih biciklista, a cikloturista koji ostvaruju najmanje jedno noćenje oko 20 milijuna.

Cikloturizam može dati novi zamah razvoju cjelogodišnjeg turizma, razvoju kontinentalnog turizma, razvoju ruralnih krajeva i malog gospodarstva.

TZZŽ u 2016. godini planira nastaviti izradu novih tematskih cikloturističkih ruta na području županije, kao i pripremu za svaku pojedinačnu rutu.

Cilj: proširenje turističke ponude

Rok izvršenja: tijekom narednih godina

Troškovi projekta: 40.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, Pedaliranje j.d.o.o.

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: 60.000,00 kn

Nositelj projekta: TZZŽ

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

Opis: Oglašavanje u sklopu promotivne kampanje Hrvatske turističke zajednice, Model IIIa - 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 te portalu jutarnji.hr (Njemačka, Bosna i Hercegovina, Slovenija, Poljska).

Cilj: kontinuirano promovirati županiju i sva događanja što široj populaciji

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 120.000,00 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, 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: 10.000,00 kn

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

1.4. Društvene mreže Twitter i Facebook

Opis: Na Facebooku, još uvijek jednoj od najpopularnijih društvenih mreža u Hrvatskoj, možemo stavljati ideje i zanimljivosti koje korisnici 'lajkuju', čime ih šire svojim prijateljima, i događaje na koje se mogu prijaviti. 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 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.

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 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 2016. godini u planu je u interaktivni prikaz dodati tri nove cikloturističke rute po županiji (*Jezerska ruta* od Bregane do Svete Nedelje /Rakitje/, dužina 30 km; *Ruta ptica* od Svete Nedelje /Rakitje/ do Šćitarjeva /Andautonija/, dužina 40 km; *Ruta drvenih mostova* od Šćitarjeva do Martinske Vesi, dužina 50 km), te vinske ceste, seoska domaćinstva i izletišta Zagrebačke županije.

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

1.6. Panorame područje

Opis: SED panorama nudi alat za integralnu prezentaciju ponude destinacije kroz sustav digitalnih panorama - „Jedna slika vrijedi tisuću riječi“. Digitalna panorama daje detaljan uvid, s visine, iz zraka u mjesto u koje se dolazi. SED panorama koristi visoko rezolutni panoramski snimak postavljen u dinamičnu *flash* aplikaciju kao platno na koje se postavljaju *hot spotovi*. *Flash* aplikacija omogućuje svojevrsno istraživanje panoramskog snimka zumiranjem željenih detalja na način je u nekoliko djelića sekundi moguće iz pogleda cijele panorame doći do impresivnih detalja i vratiti se nazad na pregled cijele panorame. Panorama se ugrađuje u internet stranice turističke zajednice i ostalih korisnika na jednostavan način bez potrebe za većim programskim zahvatima ili promjenama trenutnog dizajna web stranica.

Cilj: približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima, poglavito inozemcima

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 10.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, SED Panorama d.o.o.

2. Offline komunikacije

Tijekom 2016. 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 2016. godinu, putem javnog poziva, TZZŽ će podnijeti 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 2016. godini (Model IIIa - 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: 192.000,00 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 . . .	120.000,00 kn
2.2.3. Vanjsko oglašavanje . . .	30.000,00 kn
2.2.4. Radijsko oglašavanje . . .	50.000,00 kn

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 290.000,00 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 2016., hrv./engl., 3000 kom . . . 10.000,00 kn

Zagrebačka županija, višejezični deplijan, 10000 kom . . . 30.000,00 kn

Žumberak, hrv/engl, 3000 kom . . . 15.000,00 kn

DOTISAK (prema potrebi) . . . 65.000,00 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 2016. TZZŽ, u suradnji s HTZ-om i SB „Naftalan“, planira nastup na sajmu u Moskvi (ožujak) i Međunarodnom sajmu turizma u Zagrebu (studenj).

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: 50.000,00 kn

Nositelj projekta: TZZŽ

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 2016. 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: TZZŽ, 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 Munchenu (travanj).

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

Cilj: približavanje turističke destinacije županije domaćim i stranim gostima

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00

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: 27.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZZŽ

V. INTERNI MARKETING

1. Edukacija

U 2016. godini TZZŽ će sudjelovati na programima edukacije, treninga i unapređenja 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: 30.000,00 kn

Nositelji projekta: direktor ureda TZZŽ

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 2016. godine u planu je održavanje četiri koordinacije sustava TZ.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 5.000,00 kn

Nositelji projekta: direktor ureda TZZŽ

3. Nagrade i priznanja

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 10.000,00 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: 60.000,00 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, TZZŽ 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: TZZŽ

VIII. OSTALO

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 195.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZZŽ

U Zagrebu, 20. listopada 2015.

mr.sc. Ružica Rašperić,
direktorica TZ Zagrebačke županije

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	INDEKS PLAN 2016 / PLAN 2015	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	50.000	55.000	110	2,13
2.	Prihodi od turističke članarine	1.125.000	1.125.000	100	43,52
3.	<i>Prihodi iz proračuna županije</i>	<i>700.000</i>	<i>700.000</i>	<i>100</i>	<i>27,08</i>
3.1.	za programske aktivnosti	700.000	700.000	100	27,08
4.	<i>Prihodi od drugih aktivnosti</i>	<i>184.000</i>	<i>250.000</i>	<i>136</i>	<i>9,67</i>
4.1.	Prihodi HTZ	128.000	200.000	156	7,74
4.2.	Prihodi TZG/TZO/TZP	56.000	50.000	89	1,93
5.	Prijenos prihoda prethodne i tekuće godine	450.000	450.000	100	17,41
6.	Prihodi od kamata i ostali prihod	5.000	5.000	100	0,19
7.	Izvanredni prihod (transfer TZO Kloštar Ivanić)	151.000	0	0	0,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	2.665.000	2.585.000	97	100,00

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	INDEKS PLAN 2016 / PLAN 2015	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	854.000	854.000	100	33,04
1.	Rashodi za radnike	590.000	590.000	100	22,82
2.	Rashodi ureda	132.000	132.000	100	5,11
4.	Rashodi TIC-a	132.000	132.000	100	5,11
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	272.000	305.000	112	11,80
1.	Potpore događanjima	110.000	120.000	109	4,64
2.	Potpore razvoju DMO-a	30.000	30.000	100	1,16
3.	Potpore razvoju DMK-a	65.000	65.000	100	2,51
4.	Projekt: Tour de Croatia	30.000	0	0	0,00
5.	Projekt: Eko muzej Žumberak	5.000	50.000	1000	1,93
6.	Projekt: Cikloturističke rute	7.000	40.000	571	1,55
7.	Projekt: UHPA	25.000	0	0	0,00
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	846.000	952.000	113	36,83
1.	Online komunikacije	226.000	280.000	124	10,83
1.1.	Internet oglašavanje (opće, blog i dr.)	50.000	60.000	120	2,32
1.2.	Internet oglašavanje (Udruženo ogl.)	60.000	120.000	200	4,64
1.3.	Internet stranice i upravljanje Internet str.	10.000	10.000	100	0,39
1.4.	Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije	80.000	80.000	100	3,09
1.5.	Panorame područja	21.000	10.000	48	0,39
1.6.	Mobilne aplikacije	5.000	0	0	0,00
2.	Offline komunikacije	620.000	672.000	108	26,00
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	170.000	192.000	113	7,43
2.2.	<i>Opće oglašavanje</i>	<i>250.000</i>	<i>290.000</i>	<i>116</i>	<i>11,22</i>
2.2.1.	Oglašavanje u tisku	90.000	90.000	100	3,48
2.2.2.	TV oglašavanje	110.000	120.000	109	4,64
2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	20.000	30.000	150	1,16
2.2.4.	Radijsko oglašavanje	30.000	50.000	167	1,93
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	130.000	120.000	92	4,64
2.4.	Suvenir i promo materijali	50.000	50.000	100	1,93
2.5.	Info table	20.000	20.000	100	0,77
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	110.000	127.000	115	4,91
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	40.000	50.000	125	1,93
2.	<i>Posebne prezentacije</i>	<i>40.000</i>	<i>50.000</i>	<i>125</i>	<i>1,93</i>
2.1.	Izložbe u TIC-u	10.000	10.000	100	0,39
2.2.	Projekt klastera središnje Hrvatske	10.000	20.000	200	0,77
2.3.	Promocija Zagrebačke županije	20.000	20.000	100	0,77
3.	Studijska putovanja novinara i agenata	30.000	27.000	90	1,04
V.	INTERNI MARKETING	41.000	45.000	110	1,74
1.	Edukacija	25.000	30.000	120	1,16
2.	Koordinacija i nadzor sustava TZ	5.000	5.000	100	0,19
3.	Nagrade i priznanja	11.000	10.000	91	0,39
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	62.000	87.000	140	3,37
1.	<i>Proizvodnja multimedijalnih materijala</i>	<i>20.000</i>	<i>25.000</i>	<i>125</i>	<i>0,97</i>
1.1.	CD, DVD	10.000	5.000	50	0,19
1.2.	Promo filmovi	10.000	20.000	200	0,77
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	40.000	60.000	150	2,32
7.	Pretplate, literatura, press cut	2.000	2.000	100	0,08
VII.	POSEBNI PROGRAMI	153.000	20.000	13	0,77
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	153.000	20.000	13	0,77
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	238.350	195.000	82	7,54
1.	Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije	215.000	0	0	0,00
2.	Arhivistika	23.350	22.000	94	0,85
3.	Ostalo	0	173.000	0	6,69
IX.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)	0	0	0	0,00
	SVEUKUPNO RASHODI	2.576.350	2.585.000	100	100,00
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	88.650	0	0	0,00

REDNI BROJ	OPIS	PLAN 2015	PLAN 2016	INDEKS PLAN 2016 / PLAN 2015	STRUKTURA %
1	2	3	4	5	6
I	RASHODI UREDA	132.000	132.000	100	100,00
I	MATERIJALNI RASHODI	20.600	20.600	100	15,61
1	Utrošeni materijal	7.000	7.000	100	5,30
2	Potrošena energija	4.500	4.500	100	3,41
3	Benzin, plin	9.100	9.100	100	6,89
II	RASHODI ZA OSTALE USLUGE	85.500	85.500	100	64,77
1	Prijevozne usluge, pošta i telefon	9.000	9.000	100	6,82
2	Usluge održavanja	4.000	4.000	100	3,03
3	Usluge čišćenja i dr.	3.000	3.000	100	2,27
4	Usluge leasinga, najma i iz najma	40.000	40.000	100	30,30
5	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	25.000	25.000	100	18,94
6	Komunalne usluge	2.500	2.500	100	1,89
7	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel.,ostale usluge...)	2.000	2.000	100	1,52
III	NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA	20.400	20.400	100	15,45
1	Naknade zaposlenicima	9.320	9.320	100	7,06
2	Izdaci reprezentacija	6.000	6.000	100	4,55
3	Premije osiguranja	1.600	1.600	100	1,21
4	Bankovne usluge	3.480	3.480	100	2,64
IV	OSTALI RASHODI POSLOVANJA	5.500	5.500	100	4,17
1	Ostali izdaci poslovanja	5.000	5.000	100	3,79
2	Neplanirani rashodi	500	500	100	0,38

	OPIS	PLAN 2015	PLAN 2016	INDEKS PLAN 2016 / PLAN 2015	STRUKTURA %
REDN I BROJ					
1	2	3	4	5	6
II	RASHODI TIC-a	132.000	132.000	100	100,00
I	MATERIJALNI RASHODI	20.100	20.100	100	15,23
1	Utrošeni materijal	7.000	7.000	100	5,30
2	Potrošena energija	4.000	4.000	100	3,03
3	Benzin, plin	9.100	9.100	100	6,89
II	RASHODI ZA OSTALE USLUGE	88.500	88.500	100	67,05
1	Prijevozne usluge, pošta i telefon	9.000	9.000	100	6,82
2	Usluge održavanja	4.000	4.000	100	3,03
3	Usluge čišćenja i dr.	3.000	3.000	100	2,27
4	Usluge leasinga, najma i iz najma	40.000	40.000	100	30,30
5	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	28.000	28.000	100	21,21
6	Komunalne usluge	2.500	2.500	100	1,89
7	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel.,ostale usluge...)	2.000	2.000	100	1,52
III	NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA	16.900	16.900	100	12,80
1	Naknade zaposlenicima	6.820	6.820	100	5,17
2	Izdaci reprezentacija	5.000	5.000	100	3,79
3	Premije osiguranja	1.600	1.600	100	1,21
4	Bankovne usluge	3.480	3.480	100	2,64
IV	OSTALI RASHODI POSLOVANJA	6.500	6.500	100	4,92
1	Izdaci nemat.-materijalne imovine	5.500	5.500	100	4,17
2	Ostali izdaci poslovanja	1.000	1.000	100	0,76