

TURISTIČKA ZAJEDNICA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE



PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2018. GODINU

Listopad, 2017.

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 2018. 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 2018. 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 2018. godinu bit će koordinirani i nadzirani u izvršavanju ciljeva i zadaća.

Tijekom 2018. 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 2018. 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.	2017.	2018.
dolasci	36.000	37.000	38.000	42.000	50.000	54.000	60.000	75.000	95.000
noćenja	60.000	62.000	64.000	74.000	84.000	88.000	95.000	110.000	150.000

PLANIRANI PRIHODI

Br.	Naziv prihoda	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	Turistička članarina	1.050.000,00	1.050.000,00
2.	Boravišna pristojba	65.000,00	70.000,00
3.	Proračun Županije	715.000,00	800.000,00
4.	Ostali prihodi	416.000,00	480.000,00
4.1.	<i>Prihodi HTZ-a</i>	<i>335.000,00</i>	<i>450.000,00</i>
4.2.	<i>Prihodi TZG/TZO/TZP</i>	<i>81.000,00</i>	<i>30.000,00</i>

Prema planu predviđen je isti prihod od turističke članarine, a prihod od boravišne pristojbe veći za 8% na temelju kontinuiranog povećanja dolazaka i noćenja. Iz proračuna Županije očekuje se veći prihod, i to za projekte od zajedničkog značaja za Zagrebačku županiju i programske aktivnosti kojima se promovira Zagrebačka županija kao turistička destinacija, kao i za projekte prijavljene na EU fondove.

Ostali prihodi planirani su za oglašavanje u promotivnim kampanjama tijekom 2018. godine u suradnji s HTZ-om i sustavom TZ, te programe turističkih zajednica na turistički nerazvijenim područjima.

PLANIRANI RASHODI

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

944.000,00 kn

1. Rashodi za radnike

Ukupno: 680.000,00 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 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 - 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: 100.000,00 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 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: 25.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

4. Tour of Croatia 2018.

Opis: Tour of Croatia, 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 događanje je koje želi postati 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 2018.

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 - trenutno ih u Hrvatskoj ima oko 420, ukupne duljine oko 13.000 km. Cikloturizam može dati novi zamah razvoju cjelogodišnjeg turizma, razvoju kontinentalnog turizma, razvoju ruralnih krajeva i malog gospodarstva.

Radi unapređenja postojećeg turističkog proizvoda cikloturizma nužno je uvođenje sustava integriranog upravljanja kvalitetom (IQM) i označavanja (labelling) u Zagrebačkoj županiji.

Ciljane skupine koje su obuhvaćene projektom su: 1. faza - smještajni objekti svih kategorija, postojeći turističko-informativni centri TZ-a; 2. faza - objekti s uslugom prehrane, turistički OPG, ostali.

Cilj: pozicioniranje Zagrebačke županije kao cikloturističke destinacije visoke kvalitete usluge

Rok izvršenja: 2018.

Troškovi projekta: 80.000,00 kn

Nositelj projekta: RAM DC d.o.o., TZŽŽ

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“ nose: Bistro Babriga (Velika Gorica), Izletišta *Vina Kos-Jurišić* (Sveti Ivan Zelina), Hotel Bunčić (Vrbovec), Seoski turizam Kezele (Ivanić-Grad), Restoran *Samoborska klet* i Gostionica *Kod špilje* (Samobor), Restoran *Golf* (Zaprešić), Izletišta Suhina (Sveta Nedelja), Restoran Ivančić (Jastrebarsko) i *Ekopark Krašograd* (Pisarovina). U 2018. u planu je održavanje manifestacije „Dani okusa Zagrebačke županije“ (travanj), dodjela standarda novim objektima te pojačana promidžba u medijima.

Cilj: stvaranje atraktivne, prepoznatljive i bogate turističke ponude

Rok izvršenja: travanj 2018.

Troškovi projekta: 40.000,00 kn

Nositelj projekta: Vall 042 d.o.o., TZŽŽ

7. Interpretacija destinacije kroz nematerijalnu kulturnu baštinu (stvaranje inovativnog turističkog proizvoda)

Opis: Projekt objedinjuje kroz posebno osmišljenu interpretaciju dvije priče, a za njega će biti odabrani lokaliteti/priče u Zagrebačkoj županiji relevantni za dočaravanje **priče o Sv. Jurju**, koja se proteže od pretkršćanskih paganskih vremena do današnjih dana, te za interpretaciju **života i rada poznatih pjesnika i pisaca**. U ovom projektu navedenim će se lokalitetima pridružiti skup informacija na kojima se može bazirati sadržajni dio interpretacije kroz narativ svakog pojedinog lokaliteta, a koji ima za cilj korisniku pružiti uvid u kontekstualno značenje mjesta i njegovu kulturnu vrijednost te ga upoznati s manje poznatim zanimljivostima, anegdotama, nesvakidašnjim pojavama i neobičnim ljudima i događajima. Pritom će se favorizirati 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.

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

Rok izvršenja: 2018.

Troškovi projekta: 45.000,00 kn

Nositelj projekta: Kores savjetovanje d.o.o., TZŽŽ

1. Online komunikacije /272.000,00 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 (na *Googlu* se mjesečno obavlja više od 30 milijardi pretraživanja). 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: 40.000,00 kn

Nositelj projekta: TZŽŽ

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

Opis: Udruženo oglašavanje temeljem javnog poziva Hrvatske turističke zajednice, Model 2-A - oglašavanje opće ponude destinacije kontinentalnih županija) usmjerili smo **isključivo na inozemno, europsko tržište**, a s obzirom na uvjete javnog poziva, traženi udio HTZ-a iznosi 100% (ukoliko se cijela kampanja modela odnosi na oglašavanje na inozemnom tržištu). Kampanja će se temeljiti na općem oglašavanju destinacije - internet, društvene mreže, e-mailing: Kompas, Objemi Hrvaško (Slovenija), UI Network, Mobile RON, Facebook (Njemačka), Gazeta.pl, Mobile Network Poland, Poland Network&Travel Network, Facebook (Poljska), Kurir.rs, Mobile Serbia, Facebook (Srbija).

Cilj: kontinuirano promovirati županiju što široj populaciji

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 187.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZŽŽ, 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: 8.000,00 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, možemo stavljati ideje i zanimljivosti koje korisnici 'lajkaju', čime ih šire svojim prijateljima, i događaje na koje se mogu prijaviti. Instagram, sa 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 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: kontinuirano i ažurno promovirati sva događanja u županiji kroz kalendarsku godinu, ostvariti trajni kontakt s internet orijentiranim turistima

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 0,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ

1.5. Digitalni interaktivni prikaz Zagrebačke županije (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 2018. godini u planu je u *locator* dodati biciklističke rute.

Cilj: približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 15.000,00 kn

Nositelj projekta: TZZŽ, MediaM video produkcija

1.6. Panorame područje

Opis: Digitalna panorama daje detaljan uvid, s visine, iz zraka u mjesto u koje se dolazi, 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

Rok izvršenja: održavanje tijekom cijele godine

Troškovi projekta: 2.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, Smart Pano j.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 ZŽ, uključujući i TZZŽ.

U 2018. nastavlja se s unošenjem podataka te pojačanom promocijom projekta Vision One.

Cilj: približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima

Rok izvršenja: održavanje tijekom cijele godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

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

2. Offline komunikacije /567.000,00 kn/

Tijekom 2018. 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 2018. godinu, putem javnog poziva HTZ-a za udruženo oglašavanje, TZZŽ je podnijela kandidaturu promotivnih kampanja u Modelu 2-A - udruženo oglašavanje opće ponude destinacije kontinentalnih županija.

Sukladno Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma za razdoblje 2014. - 2020. te ostalim strateškim dokumentima, TZZŽ je u obzir uzimala programe koji se

plasiraju na ciljana emitivna tržišta, prvenstveno inozemna, koji povezuju turističke destinacije u županiji te koji za cilj imaju povećanje turističke potrošnje i povećanje noćenja na području županije.

Oglašavanje će se, osim *online*, provoditi u tiskanim medijima i na televiziji. Budući da se TZZŽ u Modelu 2-A orijentirala isključivo na oglašavanje na stranom tržištu, traženi udio HTZ-a, prema Javnom pozivu, iznosi 100%.

Oglašavanje obuhvaća oglašavanje u tiskovnim medijima In your pocket (Beč - Austrija, Berlin - Njemačka.), Nedeljski Dnevnik, Hrvatska - prilog Dnevnika, revije Bicikel i Dober tek, te TV Vaš kanal Novo mesto (Slovenija).

Cilj: promocija turističke ponude destinacije

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 205.000,00 kn

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

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 (ino) oglašavanje	...	20.000,00 kn
2.2.4. Radijsko oglašavanje	...	30.000,00 kn

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 240.000,00 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 2018., hrv./engl., 2000 kom . . . 10.000,00 kn

Deplijan Zagrebački zeleni prsten, španj., mađ., slovački, 6000 kom . . . 7.000,00 kn

DOTISAK (prema potrebi) . . . 35.000,00 kn

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 52.000,00 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: 50.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZZŽ

2.5. Info table

Opis: 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 interpretativne elemente (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. U 2018. nastavit će se s održavanjem i dopunom postojeće turističke signalizacije.

Cilj: povećanje turističke opremljenosti atrakcija i ostalih turističkih resursa, promocija turističke ponude destinacije

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, TZG/TZO/TZP

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

140.000,00 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 2018. godine u planu je sudjelovanje na turističkom sajmu „Destinations“ u Londonu (veljača) u suradnji s TZŽ Vukovarsko-srijemskom, Osječko-baranjskom, Požeško-slavonskom, Virovitičko-podravskom i Varaždinskom, te na vinskim sajmovima - Salon pjenušavih vina Zagreb i Vinitaly.

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. Projekti klastera Središnja Hrvatska

Opis: U suradnji s klasterom Središnja Hrvatska, i u 2018. godini se nastaviti će se raditi na unapređenju nastupa i promociji turističke ponude kontinentalne Hrvatske.

Cilj: promocija turističke ponude kontinentalne Hrvatske

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 5.000,00 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: TZZZ

2.3 Dani HRT-a - Dani otvorenih butelja

Opis: Poznata manifestacija sveukupne glazbeno-zabavne scene Hrvatske Dani HRT-a u veljači 2018. održat će se u Opatiji. Manifestacija će obuhvaćati niz događanja (opatijske serenade, veliki revijski koncert simfonijskog orkestra HRT-a, finale DORE - izbor predstavnika Hrvatske na Eurosongu u Lisabonu, Miss Univers). Popratni zabavni i enogastro sadržaji odvijat će se u sklopu Dana otvorenih butelja. Organizirat će se niz kvalitetnih sadržaja s ciljem privlačenja brojne publike - od promocije vina, vinara i delicija naših destinacija do brojnih zabavnih sadržaja (centralno predstavljanje vina i vinara Hrvatske - *En primeur* vina iz berbe 2017., vinske radionice i predstavljanje vina i vinara, gostovanje vinara u 4 VIP restorana u Opatiji - festivalski restorani/klubovi, „Morska vinska cesta” ili „Dani plovećih butelja” - predstavljanje vina i vinskih destinacija na brodovima u akvatoriju Kvarnera, nazočnost vinara i njihovih vina na svim završnim događanjima HRT-a, niz vinskih i zabavnih sadržaja na ulicama Opatije).

Cilj: promocija destinacije (s naglaskom na proizvođače vina i domaćih proizvoda, vinske ceste)

Rok izvršenja: veljača 2018.

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelj projekta: Dobra nota d.o.o., TZZZ, sustav TZG/TZO/TZP

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: 30.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZZZ

V. INTERNI MARKETING

50.000,00 kn

1. Edukacija

U 2018. 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: 30.000,00 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 2018. 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: 15.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

101.000,00 kn

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: 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 2018. u planu je snimanje dvije epizode vloga.

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

Troškovi projekta: 44.000,00 kn

Rok izvršenja: tijekom godine

Nositelji projekta: Vizura d.o.o., 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, Turizam

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 2.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZZŽ

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, 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: 10.000,00 kn
Nositelj projekta: TZZŽ

VIII. EU PROGRAMI

100.000,00 kn

1. Drugačiji doživljaji djedovine (3D) - 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 2017. godini projekt postaje sastavni dio projekta radnog naziva "Drugečiji doživljaji djedovine" (3D) koji se priprema u suradnji s partnerima iz Slovenije - Fakultet za turizam Univerze Maribor (vodeći partner), Općina Solčava, Panzion Na Razpotju, Seoski turizam Marko Logar, i Hrvatske - Park prirode Žumberak-Samoborsko gorje, Općina Sveti Juraj na Bregu, Ekološka organizacija EOL, u okviru Programa prekogranične suradnje Slovenija-Hrvatska 2014.-2020.

Glavni je cilj projekta 3D pridonijeti održivom razvoju turizma pograničnog područja diverzifikacijom, unapređenjem i jačanjem konkurentnosti postojeće prirodne i kulturne turističke ponude, interpretacijom baštine te valorizacijom neiskorištenog potencijala postojećih prirodnih lokaliteta.

Očekuje se da će projekt značajno utjecati na proširenje turističke ponude destinacije s naglaskom na obiteljski turizam i turizam dostupan svima.

U proljeće 2018. godine u planu je prijava projekta na natječaj Interreg V-A Slovenija-Hrvatska, Program prekogranične suradnje Slovenija-Hrvatska 2014.-2020.

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 narednih godina
Troškovi projekta: 100.000,00 kn
Nositelj projekta: Fakultet za turizam Univerze Maribor

2. Bogatstvo podzemlja nekad i danas - faza III. (Barbara)

Opis: Projekt je usmjeren prema aktivnoj zaštiti rudarske kulturne baštine s obje strane granice (Hrvatska i Slovenija) kroz održivi turizam. Glavnina aktivnosti provodit će se u Rudama kraj Samobora, na lokaciji Rudnika sveta Barbara, i na lokaciji Senovo kraj Krškog. Suradnja ova dva nekad važna rudarska središta traje već preko

deset godina i rezultirala je obnovom 250 metara Rudnika sv. Barbara u Rudama te deset rudarskih lokomotiva i vagona u Senovom u okviru PHARE projekta prekogranične suradnje realizirane 2007-2008. godine.

Kroz projekt Grad Samobor, kao vodeći partner, želi izgraditi i opremiti 30 metara dugačku vanjsku simulaciju rova te provesti muzejsko uređenje unutrašnjosti postavljanjem pet lutaka rudara u naravnoj veličini iz različitih povijesnih razdoblja, postavljanjem holograma s prikazom rudarskog patuljka Bergmana i snimanjem kratkog dokumentarnog filma. Provedbom ovih aktivnosti bit će uspostavljen vanjski i podzemni interpretacijski centar. Na slovenskoj strani uredit će se nekoliko manjih rudarskih turističkih atrakcija u Senovom te izgraditi 3,5-4 km biciklističke staze kojom će se povezati na već postojeće staze oko Krškog, hrvatsko-slovenske granice i preko Bregane do Ruda. Naziv te biciklističke staze bit će Barbara Trail. Partneri s hrvatske strane su Grad Samobor (vodeći partner) i Zagrebačka županija, te sa slovenske strane Občina Krško, Center za podjetništvo in turizem Krško, Muzej ugljena Velenje. Podupirući partneri su Ministarstvo kulture RH, Samoborski muzej, TZG Samobora i TZ Zagrebačke županije.

Projektom je prijavljen na natječaj Interreg V-A Slovenija-Hrvatska, Program prekogranične suradnje Slovenija-Hrvatska 2014.-2020.

Cilj: aktiviranje i obnova rudarske kulturne baštine s ciljem turističkog razvoja i pružanja turističke ponude, prekogranično povezivanje, stvaranje novih turističkih proizvoda

Rok izvršenja: tijekom narednih godina

Troškovi projekta: 0,00 kn

Nositelj projekta: Grad Samobor

3. „kulTura“

Opis: Projekt „kulTura“ prijavljuje se na Operativni program Interreg Slovenija-Hrvatska 2014.-2020. Rezultati projekta u prvoj će fazi provedbe ponajviše utjecati na razvoj grada i općine uključene u projekt, međutim 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, ali i razviti sustav proizvoda i usluge prilagodljiv svim posjetiteljima, ali 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 uključuje kao pridruženi partner

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

1. Rebrandiranje destinacije arhitektonskim inovacijama

Opis: Proučavanjem kulturne, turističke, ekonomske i demografske situacije, geografske lokacije te pokazatelja razvijenosti lokaliteta razvidno je da je sustavnim planskim pristupom razvijen značajan broj izvrsnih projekata koji su snažno unaprijedili kulturno-turističku ponudu Zagrebačke županije. Kroz izradu prostorno-programске studije utvrdilo bi se postignuto i dale smjernice za poboljšanje inovativne kulturne infrastrukture odabranih lokaliteta u cilju razvoja kulturnog turizma. Ona će, osim mapiranja stanja, ponuditi i konkretna rješenja kroz narrative Neispičanih priča Zagrebačke županije, što će stvoriti nove atrakcije i događaje, redefinirati postojeću infrastrukturu i stvarati mikro posjetiteljska žarišta izvrsnosti, multimedijalnih i multisenzorijskih doživljaja i iskustava.

Arhitektonske inovacije u sebi nose sljedeće funkcije: promociju (podizanje svijesti o mjestu i atrakciji), orijentaciju (posjetitelja oko mjesta), filtriranje (prometa posjetitelja kroz grad i prema atrakcijama), interpretaciju (educiranje posjetitelja o mjestu i atrakciji) i zamjenu (djeluje kao javno 'lice' reinterpretirane lokacije koja može biti nedostupna zbog krhkosti atrakcije). Bile bi smještene na ključnim novim turističkim točkama lokaliteta koje bi promovirale njegovu nepoznatu stranu (npr. u mjestima gdje je manja fluktuacija turizma, u blizini atrakcija koje su zbog dislociranosti nedovoljno posjećene...). Atrakcije bi, osim arhitektonsko-dizajnerske komponente mogle sadržavati i multimedijalnu komponentu, ovisno o potrebama. Metode izvedbe po etapama: programsko-prostorne studije, prezentacije, implementacija.

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

Rok izvršenja: do kraja 2018.

Troškovi projekta: 70.000,00 kn

Nositelj projekta: R inovacija, TZŽŽ, sustav TZG/TZO/TZP

2. Ostalo

Prema dosadašnjim iskustvima, tijekom tekuće godine TZŽŽ često dobiva vrlo zanimljive i inovativne ponude novih projekata, pa se zbog takvih slučajeva planira rezerva sredstava u iznosu od 119.000,00 kuna.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 119.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

U Zagrebu, 9. listopada 2017.

mr.sc. Ružica Rašperić,
direktorica TZ Zagrebačke županije

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017	PLAN 2018	INDEKS PLAN 2018 / PLAN 2017	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	65.000	70.000	108	2,59
2.	Prihodi od turističke članarine	1.050.000	1.050.000	100	38,92
3.	Prihodi iz proračuna županije	715.000	800.000	112	29,65
3.1.	za programske aktivnosti	715.000	800.000	112	29,65
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	416.000	480.000	115	17,79
4.1.	Prihodi HTZ	335.000	450.000	134	16,68
4.2.	Prihodi TZG/ TZO/ TZP	81.000	30.000	37	1,11
5.	Prijenos prihoda prethodne i tekuće godine	295.000	296.000	100	10,97
6.	Prihodi od kamata i ostali prihod	2.000	2.000	100	0,07
	SVEUKUPNO PRIHODI	2.543.000	2.698.000	106	100,00

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017	PLAN 2018	INDEKS PLAN 2018 / PLAN 2017	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	934.000	944.000	101	34,99
1.	Rashodi za radnike	670.000	680.000	101	25,20
2.	Rashodi ureda	132.000	132.000	100	4,89
3.	Rashodi TIC-a	132.000	132.000	100	4,89
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	175.000	325.000	186	12,05
1.	Potpora događanjima	100.000	100.000	100	3,71
2.	Potpora razvoju DMO-a	20.000	20.000	100	0,74
3.	Potpora razvoju DMK-a	25.000	25.000	100	0,93
4.	Projekt: Tour of Croatia	30.000	15.000	50	0,56
5.	Projekt: Cikloturizam CWQ	0	80.000	0	2,97
6.	Projekt: Okusi zagrebačkoga kraja	0	40.000	0	1,48
7.	Projekt: Interpretacija destinacije	0	45.000	0	1,67
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	858.000	839.000	98	31,10
1.	Online komunikacije	376.000	272.000	72	10,08
1.1.	Internet oglašavanje (opće, blog i dr.)	40.000	40.000	100	1,48
1.2.	Internet oglašavanje (udruženo ogl.)	255.000	187.000	73	6,93
1.3.	Internet stranice i upravljanje internet str.	8.000	8.000	100	0,30
1.4.	Digitalni interaktivni prikaz ZŽ (locator)	30.000	15.000	50	0,56
1.5.	Panorame područja	2.000	2.000	100	0,07
1.6.	Mobilne aplikacije	41.000	20.000	49	0,74

2.	Offline komunikacije	482.000	567.000	118	21,02
2.1.	Udruženo oglašavanje (promo kampanje HTZ)	72.000	205.000	285	7,60
2.2.	Opće oglašavanje	230.000	240.000	104	8,90
2.2.1.	<i>Oglašavanje u tisku</i>	90.000	90.000	100	3,34
2.2.2.	<i>TV oglašavanje</i>	100.000	100.000	100	3,71
2.2.3.	<i>Vanjsko oglašavanje (ino oglašivači)</i>	10.000	20.000	200	0,74
2.2.4.	<i>Radijsko oglašavanje</i>	30.000	30.000	100	1,11
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	110.000	52.000	47	1,93
2.4.	Suveniri i promo materijali	50.000	50.000	100	1,85
2.5.	Info table	20.000	20.000	100	0,74
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	147.000	140.000	95	5,19
1.	Sajmovi	50.000	50.000	100	1,85
2.	Posebne prezentacije	57.000	60.000	105	2,22
2.1.	<i>Projekt klastera središnje Hrvatske</i>	5.000	5.000	100	0,19
2.2.	<i>Promocija Zagrebačke županije</i>	52.000	35.000	67	1,30
2.3.	<i>Dani HRT-a - Dani otvorenih butelja</i>	0	20.000	0	0,74
3.	Studijska putovanja novinara i agenata	40.000	30.000	75	1,11
V.	INTERNI MARKETING	45.000	50.000	111	1,85
1.	Edukacija	25.000	30.000	120	1,11
2.	Koordinacija i nadzor sustava TZ	5.000	5.000	100	0,19
3.	Nagrade i priznanja	15.000	15.000	100	0,56
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	114.000	101.000	89	3,74
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	52.000	49.000	94	1,82
1.1.	<i>CD, DVD</i>	2.000	5.000	250	0,19
1.2.	<i>Promo filmovi - Vlog</i>	50.000	44.000	88	1,63
2.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	60.000	50.000	83	1,85
3.	Pretplate, literatura, press cut	2.000	2.000	100	0,07
VII.	POSEBNI PROGRAMI	10.000	10.000	100	0,37
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	10.000	10.000	100	0,37
VIII.	EU PROGRAMI	15.000	100.000	667	3,71
1.	3 D - Ekomuzej Žumberak	15.000	100.000	667	3,71
2.	Bogatstvo podzemlja nekad i danas - faza II.I (Barbara)	0	0	0	0,00
3.	"kulTura"	0	0	0	0,00

IX.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	245.000	189.000	77	7,01
1.	Biciklistički servisi	150.000	0	0	0,00
2.	Rebrandiranje destinacije	0	70.000	0	2,59
3.	Ostalo	95.000	119.000	125	4,41
	SVEUKUPNO RASHODI	2.543.000	2.698.000	106	100,00

R.BR.	OPIS	PLAN 2017	PLAN 2018	INDEKS PLAN 2018 / PLAN 2017	STRUKTURA %
1	2	3	4	5	6
I.	RASHODI UREDA	132.000	132.000	100	100,00
I.	MATERIJALNI RASHODI	18.500	20.600	111	15,61
1.	Utrošeni materijal	6.500	7.000	108	5,30
2.	Potrošena energija	3.000	4.500	150	3,41
3.	Benzin, plin	9.000	9.100	101	6,89
II.	RASHODI ZA OSTALE USLUGE	72.000	74.000	103	56,06
1.	Prijevozne usluge, pošta i telefon	9.000	10.000	111	7,58
2.	Usluge održavanja	6.500	4.000	62	3,03
3.	Usluge čišćenja i dr.	2.000	3.000	150	2,27
4.	Usluge leasinga, najma i iz najma	30.000	30.000	100	22,73
5.	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	17.000	19.000	112	14,39
6.	Komunalne usluge	2.500	3.000	120	2,27
7.	Ostali vanjski izdatci (cestarine, tunel., ostale usluge...)	5.000	5.000	100	3,79
III.	NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA	22.600	25.000	111	18,94
1.	Naknade zaposlenicima	12.000	12.500	104	9,47
2.	Izdatci reprezentacija	5.500	6.500	118	4,92
3.	Premije osiguranja	2.100	2.500	119	1,89
4.	Bankovne usluge	3.000	3.500	117	2,65
IV.	OSTALI RASHODI POSLOVANJA	18.900	12.400	66	9,39
1.	Izdatci nemat.-materijalne imovine	18.300	11.400	62	8,64
2.	Ostali izdatci poslovanja	600	1.000	167	0,76

R.BR.	OPIS	PLAN 2017	PLAN 2018	INDEKS PLAN 2018 / PLAN 2017	STRUKTURA %
1	2	3	4	5	6
II.	RASHODI TIC-a	132.000	132.000	100	100,00
I.	MATERIJALNI RASHODI	17.400	21.000	121	15,91
1.	Utrošeni materijal	6.000	6.000	100	4,55
2.	Potrošena energija	2.900	4.500	155	3,41
3.	Benzin, plin	8.500	10.500	124	7,95
II.	RASHODI ZA OSTALE USLUGE	70.200	75.000	107	56,82
1.	Prijevozne usluge, pošta i telefon	9.000	12.000	133	9,09
2.	Usluge održavanja	6.500	3.500	54	2,65
3.	Usluge čišćenja i dr.	1.700	2.500	147	1,89
4.	Usluge leasinga, najma i iz najma	28.000	29.000	104	21,97
5.	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	16.000	18.000	113	13,64
6.	Komunalne usluge	2.500	3.500	140	2,65
7.	Ostali vanjski izdatci (cestarine, tunel., ostale usluge...)	6.500	6.500	100	4,92
III.	NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA	25.700	27.500	107	20,83
1.	Naknade zaposlenicima	15.500	15.500	100	11,74
2.	Izdatci reprezentacija	5.100	6.000	118	4,55
3.	Premije osiguranja	2.100	2.500	119	1,89
4.	Bankovne usluge	3.000	3.500	117	2,65
IV.	OSTALI RASHODI POSLOVANJA	18.700	8.500	45	6,44
1.	Izdatci nemat.-materijalne imovine	17.000	6.500	38	4,92
2.	Ostali izdatci poslovanja	1.700	2.000	118	1,52