TURISTIČKA ZAJEDNICA
KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE

Turistička zajednica
KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE
Krambergerova 1
49000 Krapina
tel/fax : 049/233-653
e-mail : info@tzkzz.hr
web : www.tzkzz.hr

Zagorje

PROGRAM RADA SA FINANCIJSKIM PLANOM TZ KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE ZA 2015. GODINU

prosinac, 2014.

Sadržaj:

Uvod 3

Investicijski potencijali u turizmu 3

Turizam 3

Ciljevi u turizmu za 2015. godinu 4

Pregled trendova i ocjena pozicije KZŽ na turističkom tržištu s naznakom budućih aktivnosti 4

I ADMINISTRATIVNI RASHODI 6

II DIZAJN VRIJEDNOSTI (unapređenje proizvoda) 6

1. Označitev ob Sotli
2. Mirisi i okusi Zagorja

III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI 8

1. Online komunikacije
   - 1.1. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama
2. Offline komunikacije
   - 2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora
     - 2.1.1. Oglašavanje u tisku
     - 2.1.2. Oglašavanje putem plakata
     - 2.1.3. Oglašavanje na radio postajama
     - 2.1.4. Internet oglašavanje
     - 2.1.5. Oglašavanje putem TV
   - 2.2. Opće oglašavanje
   - 2.3. Brošure i ostali tiskani materijali
   - 2.4. Suveniri i promo materijali
   - 2.5. Baneri
3. EU projekt „Upoznajmo i uživajmo“

IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 13

1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ
2. Studijska putovanja
3. Posebne prezentacije
   - 3.1. Posebne prezentacije u inozemstvu
   - 3.2. Posebne prezentacije u tuzemstvu

V INTERNI MARKETING 16

1. Edukacija(TZ na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)
   - 1.1. Zagorje, ti moje blago
   - 1.2. Seminari zaposlenih
2. Koordinacija i nadzor sustava TZ na području županije

VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA 18

1. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

VII FINANCIJSKI PLAN 19

Uvod

Posljednjih godina Krapinsko-zagorska županija ulaže značajna sredstva i napore u brendiranje „Bajke na dlanu" kao i poticanje novih segmenata ponude kao što su agroturizam, cikloturizam..., a pokazatelji ostvarenih učinaka ukazuju na kvalitetnu usmjerenost provedenih mjera. S obzirom da trendovi u broju ostvarenih dolazaka i noćenja posljednjih nekoliko godina ukazuju na kontinuirani porast, Krapinsko-zagorska županija želi sustavno i strateški planirati daljnji razvoj turizma. Iako kulturna baština i prirodni potencijali čine osnovu turističkih atrakcija, uglavnom ne postoje atraktivni, inovativni i zabavni sadržaji prilagođeni željama i potrebama današnjeg gosta. Nepostojanje sustavne tradicije turističke djelatnosti u županiji, nedovoljna iskorištenost potencijala u turizmu, disperzivan razvoj manjeg obima, nedovoljan broj smještajnih kapaciteta svih vrsta, nedostatak obrazovnih kadrova u turizmu te nedostatak prepoznatljivosti Zagorja kao turističke destinacije ukazuju na potrebu za novim pristupom i razvojnim modelom s jasnim fokusom na razvoj proizvoda, investicije, marketinške alate, diversifikaciju i izgradnju turističke konkurentnosti.
Ne želeći daljnji razvoj turizma prepustiti stihiji, Krapinsko-zagorska županija krenula je u realizaciju izrade Master plana turizma za razdoblje od 10 godina: Održivi turizam Krapinsko-zagorske županije, master plan turizma za razdoblje 2016.-2025. Definirani Master plan turizma predstavljat će dogovor odgovornih ljudi o ključnim pitanjima razvoja te okvir za novo poduzetništvo u turizmu na bazi partnerstva privatnog i javnog sektora koji će donijeti višestruke pozitivne učinke u turizmu te gospodarstvu u cjelini.
Imajući na umu razvoj novih turističkih proizvoda te realizaciju najavljenih turističkih projekata kao što su izgradnja jednog od najvećih zdravstveno-turističkih kompleksa u ovom dijelu Europe sa 3 hotela i eko-etno sela sa kompleksom bazena investitora Stubaki d.d., daljnjem je razvoju turizma potrebno sustavno pristupiti.
Jedan od strateških projekata Krapinsko-zagorske županije je i osnivanje centra za posjetitelje putem kojeg će se uspostaviti direktan kontakt sa posjetiteljima(informativan punkt, prodaja autohtonih zagorskih proizvoda...)
Održivi turizam Krapinsko-zagorske županije – Master plan turizma za razdoblje 2016. – 2025. kroz situacijsku analizu i tržišnu studiju definirat će se gdje smo danas, koji su postojeći resursi te što je moguće realizirati i gdje su prilike. Temeljem izrađene situacijske analize/tržišne studije definirati će se vizija odnosno strategija kao najboljeg modela daljnjeg razvoja. Percipiranjem problema i ključnih pretpostavki konkuriranja u turizmu definirati će se plan konkurentnosti iz čega će proizaći i Marketing plan odnosno osmišljeni turistički proizvodi strukturirani za ciljane skupine. Definirati će se nadalje i ključne investicije te vremenski rok i obujam kao i načini privlačenja investitora, a sve u cilju ostvarivanja ekonomskih i financijskih benefita za zajednicu i investitore. U završnom poglavlju master plana definirati će se plan implementacije.
Ciljne skupine projekta su:javna regionalna i lokalna samouprava,turističke zajednice, privatni turistički subjekti, lokalno stanovništvo koje se bavi ili će se baviti djelatnostima povezanim sa turizmom.

Investicijski potencijali u turizmu

Turističke znamenitosti, muzeji, wellness i spa te eno – gastro ponuda čine okosnicu turističke afirmacije Krapinsko – zagorske županije. Posljednjih godina u Krapinsko – zagorskoj županiji ulagalo se u povećanje smještajnih kapaciteta, toplice i njihovu wellness i spa ponudu te obnovu muzeja, a uglavnom su to bile privatne investicije.

Turizam

Krapinsko-zagorska županija posjeduje kvalitetnu osnovu za razvoj onih oblika turističke djelatnosti koji odgovaraju njezinim prirodno-geografskim i kulturno-povijesnim uvjetima:

1. Topličkі turizam
2. Vjerski turizam
3. Zdravstveni turizam
4. Kulturni turizam
5. Seoski turizam
6. Vinski turizam

Te djelatnosti predstavljaju velik potencijal u sferi zapošljavanja pošto u obrazovnoj strukturi te sustavu obrazovanja postoje kvalitetni programi za obuku tražene radne snage. Kvalitetni termalni izvori Krapinskih, Stubičkih, Tuheljskih, Sutinskih i Šemničkih Toplica predstavljaju osnovicu turističke ponude Krapinsko-zagorske županije. Konkurentnost sektora turizma može se podići izvana prvenstveno poboljšanjem uvjeta poslovanja što se provodi mjerama nacionalne i regionalne politike koje su navedene u strategijama razvoja na razini svake županije. Konkurentnost se može podići i iznutra mobiliziranjem kvalitetnog radnog kadra što se odnosi i na top management. U novije vrijeme sve više obiteljskih gospodarstava širi svoju ponudu i na turizam te svoje proizvode nude kao jedinstven turistički proizvod u sklopu svog turističko-poljoprivrednog obiteljskog gospodarstva. Krapinsko-zagorska županija velike napore ulaže u razvoj selektivnih oblika turizma, a posebice razvoj topličkog i agroturizma. Najveći broj smještajnih kapaciteta nalazi se u hotelima u toplicama, stoga upravo toplički turizam predstavlja glavni strateški oblik turizma na koji se veže razvoj svih ostalih selektivnih oblika turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji.

Ciljevi u turizmu za 2015. godinu

- Brendiranje i pozicioniranje KZŽ, „Zagorje - Bajka na dlanu", kao turističke destinacije, na domaćem i međunarodnom tržištu kao visoko vrijedne destinacije životnog stila uz njegovanje i očuvanje svih regionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti te očuvanje krajobraza
- Daljnje kontinuirano kreiranje inovativne i tematski raznovrsne ponude i programa prilagođenih većem rasponu ciljnih skupina (vinske ceste, pješačke staze, cikloturizam, konjički turizam)
- Povećanje fizičkog obujma turističkog prometa koji bi trebao omogućiti željene financijske učinke od turizma od najmanje 5% u odnosu na 2014.godinu.
- Pojačane aktivnosti na promidžbi TZ KZŽ, kako samostalno, tako i kroz Kontinentalni klaster - Središnja Hrvatska
- Podizanje kvalitete turističke ponude u skladu s održivim razvitkom
- I daljnje kontinuirano jačanje suradnje i koordinacije turističkih zajednica u KZŽ
- Jačanje suradnje sa svim nosiocima turističke ponude u Krapinsko-zagorskoj županiji, pravnim i fizičkim osobama, ali isto tako i suradnja sa ZARA-om,HGK ŽKK Krapina i OKKZŽ.
  Više nego ikada do sada pokazuje se prijeko potrebnom suradnja svih čimbenika u turističkom lancu(javni i privatni sektor, destinacije, ponuditelji i posrednici u prodaji).

PREGLED TRENDOVA I OCJENA POZICIJE KZŽ NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU S NAZNAKOM BUDUĆIH AKTIVNOSTI TZ KZŽ

Posljednji podaci sa INTRANET-a, statistika HTZ-a, za razdoblje siječanj-studeni/2014 potvrđuju i daljnji kontinuirani rast broja dolazaka i noćenja kako stranih gostiju tako i ponovni oporavak i rast kod domaćih gostiju. Gledajući ukupne rezultate, u jedanaest mjeseci, strani gosti ostvarili su porast od 14% u dolascima (31.440) te porast od 18% u noćenjima(67.889), dok su domaći gosti ostvarili rast od 13% u dolascima(44.231) i 14 % u noćenjima(103.567). Ukupno gledano(domaći +strani gosti), na razini Krapinsko-zagorske županije je zamijećen rast u dolascima od 14%(75.671) i rast od 16% kod ostvarenih noćenja(171.456).

Podaci za razdoblje siječanj – studeni 2014.

	siječanj-studeni 2014		siječanj-studeni 2013		Indeks 2014./2013.	
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
UKUPNO	75.671	171.456	66.640	148.143	114	116
DOMAĆI	44.231	103.567	39.046	90.851	113	114
STRANI	31.440	67.889	27.594	57.292	114	118

Izvor: HTZ Intranet

Najveći broj ostvarenih noćenja stranih turista u prvih 11 mjeseci 2014.:

1. Slovenija: 17.169 noćenja s porastom od 15% u odnosu na isto razdoblje u 2013.
2. Njemačka : 14.930 noćenja s porastom od 44% u odnosu na isto razdoblje u 2013.
3. Poljska: 5.021 noćenja s porastom od 10% u odnosu na isto razdoblje u 2013.
4. BIH: 4.837 noćenja s porastom od 39% u odnosu na isto razdoblje u 2013
5. Italija:4.653 noćenja s porastom od 20% u odnosu na isto razdoblje u 2013
6. Austrija: 2.485 noćenja s porastom od 37% u odnosu na isto razdoblje u 2013.
7. Slovačka:2.064 noćenja s porastom od 245% u odnosu na isto razdoblje u 2013
8. Belgija: 1.837 noćenja s porastom od 242% u odnosu na isto razdoblje u 2013.
9. Ujedinjena Kraljevina: 1.072 noćenja s porastom od 82% u odnosu na isto razdoblje u 2013.

Izuzevši Grad Zagreb, nakon mjeseca svibnja, kontinuirano smo u kontinentalnom dijelu Hrvatske na 2. mjestu po broju ostvarenih noćenja iza Karlovačke županije, a u Klasteru Središnja Hrvatska koji okuplja 7 županija središnje Hrvatske(Zagrebačku, Varaždinsku, Međimursku, Bjelovarsko-bilogorsku, Koprivničko–križevačku, Sisačko-moslavačku i Krapinsko-zagorsku županiju), uvjerljivo zauzimamo 1. mjesto po najvećem broju ostvarenih noćenja tijekom prvih 11 mjeseci 2014.

S obzirom da je Hrvatska pretežito auto destinacija i da se na području KZŽ nalazi možda i najjači granični prijelaz u Hrvatskoj, GP Macelj,te da je to put prema jadranskoj obali za naša emitivna tržišta kao što su Slovenija, Austrija, Njemačka, Češka, Poljska, Slovačka, ali i Belgija te Nizozemska..., svakako i dalje moramo aktivno raditi na promociji destinacije Zagorje upravo na tim tržištima.

Isto tako fokusirani smo na grad Zagreb kao prijestolnicu kontinentalnog turizma. Budući da sam Zagreb ima preko 50% ostvarenih noćenja u ukupnom broju noćenja u klasteru Kontinentalna Hrvatska, svakako nam je interesantan za upoznavanje njegovih gostiju sa okolicom te cjelokupnom lepezom selektivnih oblika turizma, od topličkog(spa i wellness) i zdravstvenog te kongresnog preko kulturnog i vjerskog do bogate enogastronomske ponude te ciklo i konjičkog turizma.

Sve više se pokazuje prijeko potrebnim suradnja svih čimbenika u turističkom vrijednosnom lancu (javni i privatni sektor, destinacije, ponuditelji i posrednici u prodaji).Iz tih razloga jako dobro je prihvaćeno OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA I/ILI PROMOTIVNO/PRODAJNIM KANALIMA SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA (UDRUŽENO OGLAŠAVANJE) kroz modele u kojima sa određenim postocima sudjeluju gospodarski subjekti, zatim sustav turističkih zajednica(županijska i lokalne TZ) i na kraju sa najvećim udjelom od 80% i HTZ, čime je uvelike olakšano i poboljšano oglašavanje destinacije kroz tiskovine, Internet, TV i radijsko oglašavanje te plakatiranje.

Značajan doprinos poboljšanju uvjeta boravka turista(uređenje okoliša, postavljanje signalizacije,poticanje razvoja novih proizvoda, organizacija manifestacija, razvoj gostoprimstva, informiranje) daje i sustav turističkih zajednica općina i gradova iako još uvijek postoje problemi na pojedinim područjima, a koji se odnose na ustrojavanje i rad turističkih zajednica koje su dobile suglasnosti za osnivanje, međutim nije poštivana zakonska regulativa jer se nije krenulo sa sazivanjima osnivačkih skupština i ustrojavanjem turističkih ureda. U posljednje vrijeme pokrenute su aktivnosti vezane uz spajanja pojedinih područja u tzv. turističke zajednice područja što je svakako pozitivna promjena.

Kod sajamskih nastupa naglasak će se stavljati na zajedničke nastupe sa Krapinsko-zagorskom županijom, poslovnim subjektima, sustavom turističkih zajednica te institucijama na županijskoj razini kao što su OKKZŽ i HGK ŽKK.

Jedan od preduvjeta uspjeha Hrvatske kao turističke destinacije bilo u segmentu kreiranja i unapređenja turističkih proizvoda,bilo u domeni marketinških napora usmjerenih prema ciljnim tržištima svakako je SURADNJA NA SVIM RAZINAMA. Optimalizacija djelovanja sustava turističkih zajednica, kroz zadaće definirane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sinergijsko djelovanje te udruživanje financijskih sredstava i zajedničke nastupe na tržištima predstavlja imperativ.

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Planirana sredstva: 783.032,00 kn

1. **RASHODI ZA RADNIKE**
   Planirana sredstva: 415.000,00 kn

2. **RASHODI UREDA**
   Planirana sredstva:367.680,00 kn

Unutar rashoda ureda objedinjeni su i planirani troškovi nabavke službenog automobila i svih vezanih troškova(osiguranja, lesing, goriva...) te troškova uređenja i najma novog poslovnog prostora od 58 m2 u Magistratskoj ulici br. 3, prostor Privredne banke Zagreb).
Planirana i nabavka opreme- 2 računala, najam prostora za skladištenje pozornice te najam skladišnog prostora za promidžbeni materijal.

Rad Turističkog ureda Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije reguliran je sukladno donesenom Pravilniku o radu te Pravilniku o sistematizaciji radnih mjesta.
U uredu su zaposlene tri djelatnice:stručni suradnik za marketing i promociju, viši stručni suradnik za računovodstvo i EU projekte te direktorica. Do mjeseca rujna 2015. u Uredu je i 1 volonterka kroz program Stručno usavršavanje bez zasnivanja radnog odnosa.

TIJELA TZ :

- SKUPŠTINA: održat će se najmanje dvije sjednice kao što je i propisano Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma(NN br. 152/08)
- TURISTIČKO VIJEĆE:održat će se najmanje 4 sjednice kao što je propisano Poslovnikom o radu TV TZ KZŽ.
- NADZORNI ODBOR:provodit će nadzor dva puta tijekom 2015. kao što je i propisano prethodno spomenutim Zakonom.

Turistički ured Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije odradit će sve poslove i zadaće planirane Programom rada za 2015. godinu u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te svim naputcima od strane Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 112.500,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. prosinac 2015.

1. **Označitev ob Sotli**
   Turističko-pješački zemljovid Krapinsko-zagorske županije
   Planirana sredstva: 37.500,00 kn
   Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
   Rok izvršenja: 31. prosinac 2015.

Dana 27.11. 2007. Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije potpisala je s Ministarstvom financija Republike Hrvatske ,Središnjom jedinicom za financiranje i ugovaranje, Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava u iznosu od 160.364,55 eura za projekt pod nazivom „Označitev ob Sotli" koji je prošao na natječaju Program za susjedstvo Slovenija-Mađarska-Hrvatska INTERREG IIIA 2004-2006. Navedeni ugovor je financiran iz pretpristupnog programa Phare 2006.

Projektom su se izradile Studije vinskih i pješačkih staza Krapinsko-zagorske županije, elaborati istih na temelju kojih su se dobile suglasnosti i izvršilo obilježavanje vinskih i pješačkih staza

Krapinsko-zagorske županije. U sklopu istog projekta postavila se i turistička smeđa signalizacija na istočnom dijelu Krapinsko-zagorske županije.

Potpisom Ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava TZ Krapinsko-zagorske županije obvezala se na održivost projekta te se realizacija tijekom 2015. godine smatra daljnjim nastavkom projekta Označitev ob Sotli.

Realizirane aktivnosti u prethodnom razdoblju:

Izrađena tematska karta „Turističko-planinarski zemljovid zapadno Zagorje" tiskani oblik (Izdavač . Hrv. gorska služba spašavanja)
Pripremljen zemljovid kao podloga za GPS/SmartPhone uređaje koja se može preuzeti sa internetskih stranica TZ KZŽ.
Pripremljen zemljovid za prikaz na internetskim stranicama TZ KZŽ
Otkupljena prava korištenja karte u turističkim brošurama TZ KZŽ
Realiziran obilazak turističkih pješačkih staza i unos GPS podataka te izrada karte u elektronskom obliku za prikaz na Internet stranicama TZ KZŽ i na drugim medijima.

Nastavak aktivnosti tijekom 2015. godine:

Izrada tematskog zemljovida Krapinsko-zagorske županije „TURISTIČKO-PJEŠAČKI ZEMLJOVID KRAPINSKO-ZAGOSKE ŽUPANIJE" – područje Zlatara-Ivančica

- Zemljovid u digitalnom obliku s grafičkom obradom i gotovom pripremom za tisak prema standardu tiskare Vjesnik
- GIS baza prostornih podataka formirana u programu ArcGIS Desktop prema HGSS standardnoj atributnoj tablici
- Zemljovid pripremljen za prikaz na internetskim stranicama TZ Krapinsko-zagorske županije s mogućnošću pomicanja i zumiranja.
- Mogućnost korištenja zemljovida i GIS baze podataka za daljnje promotivne brošure TZ Krapinsko-zagorske županije
- Priprema zemljovida kao podloge za GPS / SmartPhone uređaje koja se može preuzimati sa internetskih stranica TZ Krapinsko-zagorske županije.

Elementi zemljovida: Uz sve standardne elemente ucrtani su tematski sadržaji kao što su planinarske i pješačke staze, Marijanski hodočasnički putovi i poučne staze. Svi tematski sadržaji su fizički prijeđeni na terenu i zabilježeni GPS uređajem.
KORISNICI: Ciljani korisnici tematskog turističko-planinarskog zemljovida su domaći i strani planinari i turisti koji su zainteresirani za boravak i športsko-rekreativne aktivnosti u prirodi. Također i spašavatelji HGSS-a su korisnici ovih zemljovida jer im omogućavaju sigurniji i brži pristup unesrećenima u akcijama potraga i spašavanja.

TURISTIČKO PLANINARSKI ZEMLJOVID
Zemljovid mora biti sadržajem prilagođen prosječnom korisniku te pregledan i intuitivan te što aktualniji i vjerodostojniji. S osobitom pažnjom se na zemljovidu ucrtavaju svi elementi koji mogu poslužiti za orijentaciju i kretanje teško prohodnim ili nepristupačnim zemljištem.
IZVORI PODATAKA
Podloga je rađena prema digitalnim podacima (topografske karte, ortofoto snimke, digitalni model reljefa) Državne geodetske uprave s kojom HGSS ima potpisan Sporazum o dugoročnoj suradnji u provedbi programa aktivnosti unapređenja sigurnosti i spašavanja na nepristupačnim prostorima, a kojim se regulira suradnja na izradi tematskih zemljovida. Većina podataka s terena je iz vlastitih izvora autora i HGSS-a, a dobiveni su terenskim radom i bilježenjem GPS uređajem.

U zemljovidu su uz sve standardne elemente ucrtani tematski sadržaji kao što su planinarske i pješačke staze, Marjanski hodočasnički putovi i poučne staze.

Navedeni projekt prijaviti ćemo na Javni poziv Hrvatske turističke zajednice kako bismo osigurali dostatna sredstva za realizaciju.

2. Mirisi i okusi Zagorja (štandovi i suncobrani)
Planirana sredstva: 75.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. prosinac 2015.

Kroz javne pozive Ministarstva turizma/ Hrvatske turističke zajednice ponovno ćemo prijaviti projekt „Okusi i mirisi Zagorja" kako bismo osigurali sredstva za dodatnu nabavku određenog broja štandova i suncobrana sa vizualnim identitetom „Zagorje, bajka na dlanu", za potrebe manifestacija, promocija i sl.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 1.163.200,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31.12.2015.

1. ONLINE KOMUNIKACIJE

Planirana sredstva: 47.200,00 kn

1.1. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama

Redovno održavanje te zakup domene za web portal TZ KZŽ i ostale redovne aktivnosti vezane uz aktualizaciju podataka na dnevnoj bazi.
Kvalitetna web stranica TZ KZŽ uvelike je doprinijela kvalitetnom prezentiranju i spremanju svih informacija, /odredišta,proizvoda,usluga smještaja i dr./ u sigurnu bazu podataka. Na takav način spremljeni i ažurirani podaci omogućuju bolju organizaciju informacija,njihovu upotrebu kao i daljnju distribuciju, međutim 2015. godinu svakako je potrebno iskoristiti za pripremne radnje i prikupljanje te stvaranje nove baze fotografija i ostalih materijala kako bismo za 2016. pripremili izradu nove, modernije i korisnicima još pristupačnije web stranice.
U svrhu daljnje kvalitetne promocije i distribucije sadržaja važna je nadopuna tekstualnih,slikovnih i video animiranih sadržaja prilagođenih za objavu na internetu i suvremenim mobilnim uređajima.
Također ćemo i dalje proširivati našu prisutnost na društvenim mrežama.

Turističko okruženje je dinamično te je potrebno kontinuirano ažurirati podatke turističke ponude kao i statističke podatke. Nastaviti će se i dalje inventarizacija svih sudionika u turističkoj ponudi te i dalje stvarati i nadopunjavati baze podataka,nadopunjavanjem Internet stranica TZ KZŽ. Cjelokupni sustav turističkih zajednica treba aktivno i konstantno sudjelovati u projektu.
Nastaviti će se sa ažuriranjem mailing liste te će se putem e-maila i Internet stranica te linkova i dalje kontinuirano obavještavati turističke agencije, touroperatore te medije o novostima u Županiji; popis mjesečnih manifestacija, prijedlozi za jednodnevne i poludnevne izlete, promotivne akcije za blagdane i sl.
Cilj:objedinjenje svih takovih informacija na web portalu TZ KZŽ koji je dostupan svim korisnicima i zainteresiranim stranama.
Ciljevi: podizanje razine kvalitete promocije destinacije te što lakša distribucija turističkih informacija i sadržaja do krajnjeg korisnika putem interneta te objedinjenje svih turističkih informacija i sadržaja na jednom mjestu.
Aktivnosti: redizajn web portala www. tzkzz.hr (modernizacija tehnoloških mogućnosti korištenja portala)

2. OFFLINE KOMUNIKACIJA

PLANIRANA SREDSTVA: 926.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31.12.2015.

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora
Planirana sredstva: 710.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ i sustav LTZ
Rok izvršenja: 31.12.2015.

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora je način promocije koja povezuje neposredni interes pojedinih subjekata / od turističke tvrtke,udruga, preko sustava TZO i TZG, putničkih agencija s Glavnim uredom HTZ-a.
Udruženo oglašavanje HTZ-a sa sustavom TZ i turističkih subjekata polučilo je pozitivne rezultate u prethodnim razdobljima te će se nastaviti i u 2015. godini sa još većim sredstvima, a sukladno interesu gospodarskih subjekata i sustava TZ .
Sukladno prijedlozima i odobrenim sredstvima sačinit će se Media plan oglašavanja za 2015. g.

2.1.1. Oglašavanje u tisku
Planirana sredstva: 100.000,00 kn

Kroz oglašavanje u tiskovinama fokusirat ćemo se na najave najznačajnijih manifestacija i događanja u županiji te na najkvalitetnije turističke sadržaje koje pružaju naši gospodarski subjekti te kroz objedinjenu ponudu zabavne, kulturne,enogastronomske, vjerske te wellness i spa dimenzije privući nama ciljano tržište, područje Zagreba i okolice kao i strane turiste koji dolaze u Zagreb. Ukoliko ćemo imati financijskog prostora,

2.1.2. Oglašavanje putem plakata
Planirana sredstva: 130.000,00 kn

Oglašavanje putem billboarda(BB) realizirat ćemo također paralelno sa svim ostalim oblicima oglašavanja(tiskovine, online oglašavanje,radio postaje i TV) na području grada Zagreba kako bismo i na taj način upoznali zagrepčane sa manifestacijama u Zagorju te ih pozvali i animirali na dolazak.

2.1.3. Oglašavanje na radio postajama
Planirana sredstva: 170.000,00 kn

Odnosi s javnošću i oglašavanje na radio postajama te komunikacija s predstavnicima medija imaju ključnu ulogu u stvaranju imagea destinacije,proizvoda,stvaranja općeg mišljenja i razvoja samog turizma,te značajno utječu na mišljenje i stavove potrošača, turista, a s time i na njihove dolaske.
TZ KZŽ će s medijima nastaviti dobru suradnju s ciljem promoviranja turističke ponude KZŽ te oblikovanjem općeg javnog mišljenja o važnosti turizma u našoj regiji. Također ćemo i kroz radio postaje predstavljati naše manifestacije te pozivati na dolazak u Zagorje prema već prethodno spomenutom Media planu koji će biti usuglašen sa svim uključenim stranama po objavi rezultata od strane HTZ-a.

2.1.4. Internet oglašavanje
Planirana sredstva: 210.000,00 kn

U tijeku je definiranje strategije za Internet oglašavanje. Uvidom u statističke podatke dolazaka i noćenja stranih gostiju vidljivo je da smo definitivno interesantni na slovenskom, njemačkom, poljskom, talijanskom tržištu te tržištu BiH, austrijskom, belgijskom i slovačkom tržištu jer nam s tih

tržišta brojke konstantno rastu tijekom 2014. g. te ćemo se kroz Internet oglašavanje fokusirati prvenstveno na neka od tih tržišta, zavisno o predviđenom budžetu.
S obzirom da su nam itekako važni i domaći gosti, svakako ćemo najmanje 50% sredstava usmjeriti na domaće Internet oglašavanje. Ciljano ćemo kroz Internet oglašavanje raditi na prepoznatljivosti destinacije Zagorje.

2.1.5. Oglašavanje putem televizije
Planirana sredstva:100.000,00 kn

Preko regionalnih TV kuća ćemo obrađivati turističke teme, najave manifestacija i ostalih značajnih događanja s područja KZŽ, ali i kroz tematske emisije upoznati gledateljstvo sa kulturnom, enogastronomskom, tradicijskom ...ponudom Zagorja kako bismo gledatelje animirali na dolazak u Zagorje.

2.2. Opće oglašavanje
Planirana sredstva:40.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja:30. studeni 2015.

Tijekom godine javljaju se potrebe za dodatnim oglašavanjem koje nije planirano u sklopu tzv. Udruženog oglašavanja te su planirana sredstva namijenjena upravo za oglašavanja koja procjenjujemo itekako korisnim za promociju sveukupnog zagorskog turizma odnosno za afirmaciju pojedinih manifestacija od županijskog značaja. Također sufinanciramo i udruženo oglašavanje za sve smještajne objekte kojima su odobrena sredstva od strane Hrvatske turističke zajednice. Smještajnim objektima sa većim brojem ležajeva sufinanciramo iznos od 2.000,00 kn, a svima ostalima 1.000,00 kn jer je naša financijska participacija uvjet da i Hrvatska turistička zajednica odobri određena sredstva svim prijaviteljima sa područja Krapinsko-zagorske županije.

2.3. Brošure i ostali tiskani materijali
Planirana sredstva: 111.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja:30. lipanj 2015.

KALENDAR DOGAĐANJA-INFO BROŠURA
Pravovremena informiranost potencijalnog gosta o predstojećim događanjima uvelike povećava mogućnost stvaranja odluke o posjeti baš tim događanjima u KZŽ te i ponovnom posjetu Županiji. Isti ćemo kontinuirano tijekom cijele godine distribuirati na našim promocijama,sajmovima, po TZ općina i gradova, ugostiteljskim objektima, hotelima, jedinicama Muzeja hrvatskog zagorja, TIC u Zagrebu i ostalim ciljanim tržištima. Kalendar događanja bit će tiskan u 2 jezične mutacije.
hrvatski/engleski
Naklada:8.000 komada
Planirana sredstva: 32.000,00 kn

Letak KULTURNI TURIZAM(hrvatski, engleski, njemački, francuski, slovenski, poljski, češki i talijanski)
Vrlo dobro prihvaćen letak koji koristimo za pripremu mapa sa promo materijalima prilikom studijskih putovanja novinara, zatim tijekom sajmova, promocija, kongresa...i u svim prilikama gdje možemo promovirati našu županiju. Planiran tisak jezičnih mutacija prema potrebama tijekom godine s obzirom da trenutno raspolažemo sa dostatnim zalihama.
Naklada:4000 komada
Planirana sredstva:4.000,00 kn

Zajednički letak TZ KZŽ i LTZ, sa servisnim informacijama (eno i gastro ponuda, najjača događanja,smještaj – presjek ponude cijele KZŽ). Letak će se dijeliti u uredima LTZ na području županije, u hotelima i dr. turističkim objektima te u TIC-evima u Zagrebu.
hrvatski/engleski
Naklada:10.000 komada
Planirana sredstva: 15.000,00

Brošura- selektivni oblici turizma(kulturni, topli čki,vjerski,agroturizam, cikloturizam, priroda-zaštićeni krajobrazi i gastroturizam)
Kroz komuniciranje sa posjetiteljima uočen je nedostatak jedne brošure koja bi sačinjavala pregled kompletne ponude Zagorja po selektivnim oblicima turizma kao što to imaju najjače županije u RH. Stoga planiramo izradu iste kako bismo što više poboljšali informiranost turista i približili našu ponudu objedinjenu u jednoj tiskovnoj brošuri jer su takve brošure izrazito puno tražene u TIC-evima i turističkim uredima na području županije.
hrvatski/engleski
Naklada:7.000 komada
Planirana sredstva:40.000,00 kn

MAPE za promotivne materijale:
naklada 600 komada
planirani trošak: 5.000,00 kn

LUKSUZNI OMOT te umnožavanje promotivnog filma „Bajka na dlanu"
naklada:200 komada
planirani trošak:15.000,00 kn

2.4. Suveniri i promo materijali
Planirana sredstva: 50.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja:31. kolovoz 2015.

S obzirom na planirane posebne prezentacije u inozemstvu, uvijek posebno važna studijska putovanja stranih novinara, te za promocijske aktivnosti na sajmovima, prezentacijama, stručnim skupovima i sl., planiramo nabavku USB promocijskih stikova te licitarskih srca i drvenih igračaka koje koristimo kao poklone. S obzirom na ustrojavanje PPS(pred i posezona) destinacije „Zelena rivijera", dio suvenira planiramo i za inozemne prezentacije PPS-a.

2.5. Baneri
Planirana sredstva: 15.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 30.ožujak 2015.

Kako bismo što kvalitetnije odradili promocije naše turističke ponude, nezaobilazan vizualni „alat"su i tzv. baneri, a kod kojih nam je prijeko potrebna modernizacija i aktualizacija. Kao što planiramo izraditi Brošuru po selektivnim oblicima turizma, tako ćemo napraviti i 7 uskih bannera/pingvina sa istoobraznom vizualnom poveznicom Zagorja koji se mogu koristiti prema potrebi + jedan širi banner koji će obuhvaćati prikaz svih oblika turizma u KZŽ.

3. EU projekt „Upoznajmo i uživajmo"
Planirana sredstva: 190.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 30. ožujak 2015.

Naziv projekta	*Turizam na ruralnom području s rukom u ruci s prirodnom i kulturnom baštinom*
Akronim	Upoznajmo i uživajmo
Prioritet	Gospodarski i društveni razvoj
Organizacija vodeći partner	KGZS-Zavod CE
Država vodećeg partnera	Slovenija
Organizacije partneri	ZTKS, Krapinsko-zagorska županija, Turistička zajednica Krapinsko zagorske županije, Zagorska razvojna agencija d.o.o.
Uključene regije	Slovenija: Savinjska regija Hrvatska: Krapinsko-zagorska županija
Datum početka – Datum završetka	01.01.2014.-17.03.2015.
Ukupni proračun operacije	216.448,26€

Posebni prekogranični ciljevi

- Povezati ponuđače na prekograničnom području.
- Motivirati i educirati ponuđače za razvoj ponude i uključivanje prirodne i kulturne baštine u ponudu.
- Motivirati stručnjake koji pomažu poljoprivrednicima u razvoju njihove ponude za uključenje intrepretacije prirodne i kulturne baštine u programe obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava,
- Oblikovati kvalitetne turističke programe na temu gastronomije i prirode s naglaskom na razvoju prekograničnih turističkih ponuda i inovativnih turističkih proizvoda kulinarskog turizma što će omogućiti produženje turističke sezone na jesen i proljeće.
- Potaknuti i motivirati ponuđače za sačuvanje lokalnog identiteta i nadogradnju njihovih proizvoda i usluga, povezanih s odgovornim ponašanjem prema prirodi i okolišu.
  Kod potrošača u Sloveniji i u Hrvatskoj uz pomoč medija probuditi zanimanje i naklonost potorošača za ponudu poljoprivrednih gospodarstva koja će temeljiti na prirodnoj i kulturnoj baštini.

Neposredni učinci („outputi")

Biti će provedeno 13 edukacija i 1 studijsko putovanje ponuđača i stručnjaka, izrađena analiza o potencijalnoj zaštiti proizvoda, izrađen pilotni plan interpretacije prirodne i kulturne baštine za izabrano seosko gospodarstvo. Izraditi će se 22 programa doživljaja na ruralnom području od čega će 2 biti prekogranična. Provesti će se konferencija i gastronomska manifestacija. Tiskati će se upute za goste i zajednički promotivni prospekt. Također će se provesti sljedeće promotivne aktivnosti: studijska tura za novinare, dva predstavljanja na sajmovima, pridaja prospekta tiskanom slovenačkom mediju, brojne objave u medijima i susret s novinarima.

Rezultati

Ponuđači na ruralnom području će biti povezani, motivirani i osposobljeni za uključivanje interpretacije prirodne i kulturne baštine u svoju ponudu. Ponuda područja će biti bogatija za 22 privlačnih programa doživljaja na ruralnom području od kojih će 2 biti prekogranična. Gosti će biti motivirani za odgovornije ponašanje prema priodi i okolišu. Zajednički prekogranični promotivni prospekt na temu reginalne gastronomije će osigurati povećan broj posjetitelja na prekograničnom području. Javnost će bolje upoznati tu ponudu kroz objave u medijima i predstavljanjima na sajmovima i biti joj naklonjenija.

Ukupni proračun projekta

Partner / *Partner*	**Ukupno prihvatljivi troškovi u €**
LP - Partner 1 - KGZS-Zavod CE	**87.864,97**
Partner 2 - Združenje turističnih kmetij Slovenije	**10.309,00**
Partner 3 - Krapinsko-zagorska županija	**37.840,32**
Partner 4 - TZ Krapinsko-zagorske županije	**37.470,22**
Partner 5 - Zagorska razvojna agencija d.o.o.	**42.963,76**
Ukupno	**216.448,26**

Ukupno prihvatljivi troškovi	IPA	IPA stopa sufinanciranja	Stopa vlastitog sufinanciranja	Vlastita sredstva
€	€	%	%	€
37.470,22	31.849,69	85%	15%	5.620,53

Aktivnosti TZ Krapinsko-zagorske županije

Aktivnost	Valuta	Iznos u 2014	Iznos u 2015
Priprema za baner	HRK	3.000,00	
Izrada Baner	HRK	2.000,00	
Predstavljanje na sajmu GAST	HRK		50.000,00
Organizacija studijskog putovanja za slovenske novinare u KZŽ	HRK		20.000,00
Tisak prospekta prema pripremi	HRK		75.000,00
Izrada radio spota	HRK		5.000,00
Oglašavanje na radiopostajama u Hrvatskoj	HRK		40.000,00
Ukupno	HRK	5.000,00	191.000,00

Realizacija projekta pomaknuta na 2015. godinu jer je kasnilo potpisivanje Ugovora od strane slovenskih partnera (Ugovor potpisan početkom mjeseca studenoga 2014. godine).

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI
Planirana sredstva: 420.000,00 kn

1. SAJMOVI
Planirana sredstva: 135.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. prosinac 2015.

Sudjelovanje na turističkim sajmovima je jedna od aktivnosti koja se znatno smanjuje na nacionalnom nivou, međutim u zajedničkim planiranjima budućih aktivnosti sa našim hotelima, iskazan je interes za sajamskim nastupima na pojedinim tržištima u regiji odnosno na nama najjačim tržištima po broju ostvarenih dolazaka i noćenja te smo shodno tome prijavili **MUNCHEN, f.re.e,** 18. do 22. Veljače 2015. (nastup u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice, štand od cca 8m2). Dio troškova snositi će i zainteresirani hoteli.

Za sajmove na kojima ne nastupa Hrvatska turistička zajednica imali smo mogućnost prijave za sufinanciranje troškova te smo prijavili slijedeće sajmove:

1. Međunarodni sajam turizma i zdravlja, Banja Luka,rujan 2015.
2. Sajam turizma i gastronomije, Novi Sad

Prilikom izlaganja na sajmovima naglasak će se stavljati na racionalizaciju troškova te funkcionalnost nastupa. TZ KZŽ svakako će se pridružiti svim sajamskim nastupima Krapinsko-zagorske županije kao i svim ostalim događanjima u organizaciji Krapinsko-zagorske županije,HGK Županijske komore Krapina, OK KZŽ kao i ostalih subjekata kojima je cilj promidžba Županije kao turističke destinacije.

2. STUDIJSKA PUTOVANJA
Planirana sredstva: 6.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. prosinac 2015.

Studijska putovanja novinara u organizaciji su HTZ i direktno utječu na stvaranje pozitivnog imagea hrvatskog turističkog proizvoda. TZ KZŽ u organizaciju je uključena na način da financira trošak vodiča i sudjeluje u oblikovanju programa obilaska unaprijed određenih lokacija.
Cilj putovanja novinara je informirati o županijskim turističkim proizvodima te motivirati na dolazak u destinaciju. Ciljane skupine su touroperatori, putničke agencije, te agencije specijalizirane za proizvode od posebnog interesa. Poseban naglasak i u 2015. stavit će se na dolazak tzv. blogera koji postaju sve interesantniji jer svoje zapažanja, tekstove o posjećenim destinacijama kanaliziraju preko interneta(društvenih mreža.....), a na taj način su te informacije dostupne puno većem broju potencijalnih gostiju.

3. POSEBNE PREZENTACIJE
Planirana sredstva: 362.000,00 kn
Nositelj: TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. prosinac 2015.

3.1. Posebne prezentacije u inozemstvu
Planirana sredstva: 145.000,00 kn
Nositelj: TZ KZŽ

Rok izvršenja: 30.06.2015.

S obzirom da HTZ ima cijelu mrežu svojih predstavništava koja nam je na raspolaganju i da su se posebne prezentacije u posljednje dvije godine pokazale kao izuzetno kvalitetan način promocije na nama emitivnim tržištima, i u sljedećoj godini planiramo prezentacije u inozemstvu.
Prezentacije su zamišljene kao održavanje kratkih pp prezentacija i reprodukcija kratkih promotivnih filmova kojima bi se predstavila ukupna turistička ponuda KZŽ, zatim predstavljanje topličkog/zdravstvenog turizma te hotelski kompleksi sa cjelokupnom ponudom. Za svaku zemlju će biti definiran optimalan način prezentacije uz sugestije tamošnjih direktora. Polazna točka za ta tržišta je svakako naša auto-cesta kojom putuju prema moru. Međutim, prema riječima direktora predstavništava, potrebno ih je upoznati sa svim turističkim potencijalima koji se nalaze unutar 20 km od auto-ceste, a koji već privlače sve veći broj gostiju iz upravo tih zemalja(u statistikama vidljiv porast gostiju sa tih tržišta). U sklopu istih pripremit ćemo i male eno-gastro prezentacije zagorskih jela uz pomoć i suradnju naših najboljih kuhara iz hotelskih kuća te ćemo organizirati i radionice sa predstavnicima marketinga iz istih i turoperatora te TA koji će prisustvovati prezentacijama. Ciljane skupine su nam turoperatori te novinari. Na raspolaganju nam je sva moguća logistika od strane Predstavništava.
Prema Hrvatskoj turističkoj zajednici prijavili smo slijedeće posebne prezentacije:

1. Klagenfurt, Padova, Bologna(samostalna prezentacija TZ Krapinsko-zagorske županije)
2. Salzburg(prezentacija Klastera Središnja Hrvatska –nositelj TZ KZŽ))
3. Posebne prezentacije u inozemstvu prijavljene ispred Klastera Središnja Hrvatska:

RB	TZŽ	TRŽIŠTE / GRAD	MJESEC
1	MEĐIMURSKA	AUSTRIJA-GRAZ	OŽUJAK
		SLOVENIJA - MARIBOR	OŽUJAK
		POLJSKA-VARŠAVA	LISTOPAD
2	VARAŽDINSKA	NIZOZEMSKA – AMSTERDAM - sajam	SIJEČANJ
		SLOVENIJA - LJUBLJANA	OŽUJAK
		ITALIJA - MILANO	TRAVANJ
3	ZAGREBAČKA	NJEMAČKA - MUNHEN	STUDENI
4	KARLOVAČKA	NIZOZEMSKA - AMSTERDAM	SIJEČANJ
5	BJELOVARSKO BILOGORSKA	ČEŠKA- PRAG	SVIBANJ
6	SISAČKO MOSLAVAČKA	FRANCUSKA - PARIZ	RUJAN
7	KRAPINSKO ZAGORSKA	AUSTRIJA-SALZBURG	TRAVANJ

4. Wroclaw, Poljska: u 2014. godini sudjelovali smo na najvećem gastronomskom događaju u Poljskoj pod nazivom Evropa u žlici. S obzirom da nam poljsko tržište pokazuje izuzetan porast, u razgovorima sa direktorom našeg predstavništva u Poljskoj razmatramo mogućnost sudjelovanja u 2015. godini kao zemlja partner. Naše predstavljanje u Poljskoj planiramo u puno jačem obujmu, ne samo kroz turistički segment nego i u gospodarskom smislu gdje bismo upravo to događanje iskoristili kao priliku za međusobno povezivanje naših i poljskih gospodarstvenika te omogućili našim tradicijskim obrtima i ostalim zainteresiranim da tijekom događanja imaju prodaju vlastitih proizvoda.

U sklopu posebnih prezentacija koje će biti realizirane ispred Klastera Središnja Hrvatska(u tabeli navedene županijske turističke zajednice kao nositelji prezentacija po tržištima) Krapinsko-zagorska županija nositelj je za prezentaciju u Salzburgu. Prezentacije su zamišljene prema primjeru održanih prezentacija TZ KZŽ tijekom 2013. i 2014. godine. Kod svake od navedenih prezentacija postoji mogućnost da se predstavnici naših hotela prijave te sudjeluju kroz direktne razgovore sa turističkim agencijama i turoperatorima tijekom samih prezentacija.

3.2. Posebne prezentacije u tuzemstvu
Planirana sredstva:217.000,00 kn
Nositelj: TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. prosinac 2015.

S obzirom da su nam statistički podaci tijekom 2014. godine pokazali tendenciju ponovnog oporavka i rasta dolazaka i noćenja kod domaćih gostiju, a domaći gosti su nam zastupljeni u ukupnom broju gostiju sa cca 60%, svakako je i više nego potrebno promocijski obrađivati i domaće tržište. U zajedničkim dogovorima sa hotelima donesen je zaključak da je potrebno aktivnije animirati upravo domaćeg gosta i to uz područje grada Zagreba, i priobalna područja Hrvatske jer upravo gosti iz tih područja su nam sve češće gosti naših hotela jer koriste vrijeme njihove predsezone, a posebno posezone za vlastiti odmor. Stoga planiramo u suradnji sa HGK ŽKK realizirati tri posebne prezentacije u Puli, Zadru i Splitu.

U skladu sa planiranjem budućih aktivnosti od strane KZŽ te jače uključivanje TZ KZŽ u organizaciju i realizaciju kako pojedinih županijskih manifestacija, tako i aktivno uključivanje u organizaciju pojedinih manifestacija koje su tradicionalne te posjeduju izrazito velike potencijale za unapređenje i kvalitete i ponude, tijekom 2015. godine i dalje ćemo se aktivno uključivati u organizacije događanja manifestacija 100%zagorsko, Štruklijada, Babičini kolači, Zagorski chef te ostalih manifestacija kao što su Tjedan kajkavske kulture, Seljačka buna.... i sve ostale aktivnosti u dogovoru sa Županijom.

V. INTERNI MARKETING
Planirana sredstva: 108.000,00 kn

1. EDUKACIJA (LTZ KZŽ i zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)
Planirana sredstva: 88.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Kontinuirano obrazovanje je nužnost u dinamičnom okruženju kao što je turističko.
Stoga ćemo inzistirati na kontinuiranom obrazovanju kroz seminare organizirane od strane HTZ-a, MINT-a i drugih institucija koje su orijentirane prema razvoju turizma i permanentnom obučavanju turističkih kadrova u svim segmentima potrebnim za kvalitetan rad sustava turističkih zajednica te subjekata iz javnog i privatnog sektora.

1.1. Zagorje, ti moje blago
Planirana sredstva: 78.000,00 kn
Nositelj:Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja:30. 11. 2015.

Projekt „Zagorje, ti moje blago", ima za cilj podizanje opće razine kvalitete životnog prostora, očuvanja i unapređenja turističkog prostora i zaštite okoliša, očuvanje i revitalizaciju tradicijskih vrijednosti i ukupnog ruralnog prostora te zaštita okoliša općenito i edukaciju lokalnog stanovništva.

Ciljevi projekta:

1. Senzibilizirati javnost za:
   - Istinske zagorske vrijednosti te potrebu njihove obnove i zaštite
   - Pravilan i odgovoran odnos prema kulturnoj i prirodnoj baštini
   - Zaboravljene tradicijske vrijednosti te njihovu obnovu (tradicijska arhitektura, tradicijski vrtovi)

- Potrebu očuvanja autentičnog zagorskog krajolika i sveukupnost prostora
- Pravilan odnos prema krajoliku
- Značaj turizma i identitet Zagorja i njegovih ljudi

Aktivnosti projekta:

- Organizacija tečaja za sommeliere I razine
- Organizacija tečaja za sommeliere III razine
-

U sklopu projekta „Zagorje, ti moje blago" Turistička zajednica Krapinsko - zagorske županije je u razdoblju od 2012. do 2014. u suradnji sa Krapinsko - zagorskom županijom, HGK ŽKK i OK KZŽ organizirala tečaj za sommeliere I razine u dva navrata te tečaj za sommeliere II razine.

Kako se u Krapinsko-zagorskoj županiji ulaže puno energije na promicanje Zagorja kao turističke regije koja,između ostalog, obiluje mrežom agroturističke odnosno bogate enogastronomske ponude vezane uz vrhunska i sve više nagrađivana vina, a koja želimo što kvalitetnije prezentirati i približiti našim gostima,krenuli smo u ciklus edukacija kako bismo i na taj način podigli kvalitetu sveukupne turističke ponude.

Naime, edukacija je jedan od najvažnijih elemenata u kreiranju kvalitetnih turističkih aranžmana i općenito vrlo važna karika u cjelokupnoj turističkoj ponudi pojedinog područja odnosno regije.

Kako je jedan od ciljeva projekta „Zagorje, ti moje blago" i senzibilizirati javnost za značaj turizma i identitet Zagorja i njegovih ljudi te očuvanje istinskih zagorskih vrijednosti od kojih su zagorska vina vrlo važan segment, svakako su dobrodošli svi oblici edukacija, a rezultat koji će proizaći iz tog je svakako viša razina kvalitete usluge kroz ulaganje u ljudske resurse.

Program stručnog usavršavanja za sommeliera sastoji se od tri dijela. Po završetku svake pojedine razine polaznici pristupaju polaganju ispita, a nakon položenog ispita dobivaju potvrdu o završenom tečaju za određenu razinu te po želji upisuju tečaj sljedeće razine. Nakon položene treće razine stječe se diploma sommeliera.

1.2. Seminari zaposlenih
Planirana sredstva: 10.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja:31. 12.2015.

U okružju stalnih promjena (zakonskih i svih ostalih, od javne nabave do EU fondova) prisiljeni smo na kontinuiranu edukaciju koju ćemo i provoditi prema iskazanim potrebama i područjima tijekom godine.

2. KOORDINACIJA I NADZOR SUSTAVA LTZ KZŽ
Planirana sredstva: 20.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. 12. 2015.

Vezano uz zajedničke aktivnosti županijske TZ i TZ općina i gradova, moram napomenuti da ćemo kroz redovne koordinacije dogovarati i realizaciju zajedničkih aktivnosti od kojih su najznačajnije:
-promocija turističke destinacije „zagorje" putem tzv. udruženog oglašavanja
-pružanje stručne i svake druge pomoći TZ općina i gradova u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj

-koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća TZ općina i gradova
-prikupljanje i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća
-statistička obrada prema TZ nižeg ustroja i HTZ-u
Provođenje programa i akcija HTZ-a, a u cilju podizanja razine kvalitete turističke ponude.

Kao što je već prethodno spomenuto, TZ KZŽ i sustav TZ općina i gradova KZŽ aktivno odrađuje mnoge zajedničke aktivnosti kao što su: zajednički nastupi na sajmovima, promocijama,izrada promidžbenih materijala, udruženo oglašavanje,međusobno umrežavanje Internet stanica.... I tako će se nastaviti i tijekom 2015.godine.

Glede nadzora, kao i prethodnih godina, ugovorit ćemo odrađivanje i provjere kontrole poslovanja turističkih zajednica općina i gradova Krapinsko-zagorske županije za godinu 2014. prema dostavljenoj dokumentaciji za razdoblje prvih 6 mjeseci i za cijelu godinu i to :

- djeluje li turistička zajednica u skladu sa zakonima i aktima turističke zajednice te odlukama skupštine i turističkog vijeća,:
- jesu li godišnja i druga financijska izvješća sastavljena u skladu sa stanjem u poslovnim knjigama turističke zajednice i pokazuju li ispravno stanje,
- ocjenu o poslovanju i vođenju poslova,
- da li se program rada i financijski plan izvršavaju i provode i u kojoj mjeri,
- te mišljenje i savjete o mogućnosti poboljšanja njihove provedbe

Sa gospođom Ivankom Znikom potpisati ćemo Ugovor o djelu za obavljanje nadzora poslovanja turističkih zajednica općina i gradova za 2014. godinu. Konačno izvješće izrađuje se tijekom mjeseca travnja, nakon održanih sjednica Turističkih vijeća i Skupština lokalnih turističkih zajednica (temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma).

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Planirana sredstva: 10.000,00 kn

1. BANKA FOTOGRAFIJA I PRIPREMA U IZDAVAŠTVU

Planirana sredstva: 15.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 30. listopad 2015.

Tijekom 2015. godine nastaviti će se prikupljanje fotografija jer je to neophodan „alat" za servisiranje svih marketinških aktivnosti TZ KZŽ kao i kontroliranje imagea destinacije. Sve fotografije će se unositi u elektronsku arhivu TZ KZŽ, a najatraktivnije će se uvrstiti u bazu podataka u rezoluciji pogodnoj za tisak, oglašavanje ili za potrebe izrade plakata, letaka i sl.,a u suradnji s TZ nižeg ustroja. Kako je često potrebno i otkupiti kvalitetne fotografije za izradu promidžbenih i drugih materijala za kvalitetnu izradu pojedinih promidžbenih materijala odnosno reprinteva istih s najatraktivnijim motivima naše Županije, svakako ćemo tu mogućnost i koristiti tim više što u 2015. godini planiramo i redizajn web portala TZ KZŽ i punjenje baze fotografija za potrebe oblikovanja i tiska promidžbenih materijala sa novim vizualima kako bismo osvježili sve naše promidžbene materijale.

VII. FINANCIJSKI PLAN TZ KZŽ ZA 2015. GODINU

KONTO	RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2014. (UKLJUČENA II IZMJENA)	PLAN 2015	INDEKS I. PLAN 2014./PLAN 2015.	STRUKTURA %
3312	**1.**	**Prihodi od boravišne pristojbe**	**120.000,00**	**140.000,00**	**117**	**5,29**
32111	**2.**	**Prihodi od turističke članarine**	**200.000,00**	**200.000,00**	**100**	**7,56**
351211	**3.**	**Prihodi iz proračuna KZŽ**	**1.219.000,00**	**1.097.100,00**	**90**	**41,49**
	3.1.	**Za promociju**	**654.000,00**	**588.600,00**	**90**	**22,26**
351212	3.1.0.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	28.000,00	50.000,00	179	1,89
351212	3.1.1.	Opće oglašavanje	169.000,00	40.600,00	24	1,54
351212	3.1.2.	Posebne prezentacije inozemstvo	39.000,00	83.000,00	213	3,14
351212	3.1.3.	Posebne prezentacije tuzemstvo	246.000,00	210.000,00	85	7,94
351212	3.1.4.	Mirisi i okusi Zagorja	42.500,00	0,00	0	0,00
351212	3.1.5.	Promidžbeni materijal	84.500,00	100.000,00	118	3,78
351212	3.1.6.	Za promociju filma Zagorje bajka na dlanu	30.000,00	0,00	0	0,00
351212	3.1.7.	Označitev ob Sotli (Pješačke i vinske staze :aktualizacija i modernizacija)	15.000,00	0,00	0	0,00
351212	3.1.8.	Sajmovi		80.000,00	0	3,03
351212	3.1.9.	Suveniri i promo materijali		25.000,00	0	0,95
	3.2.	**Za funkcioniranje turističkog ureda**	**565.000,00**	**508.500,00**	**90**	**19,23**
35122	**4.**	**Prihodi od općina i gradova**	**15.000,00**	**0,00**	**0**	**0,00**
353110	**5.**	**Hoteli (za posebne prezentacije u**	**35.000,00**	**34.000,00**	**97**	**1,29**

		inozemstvu)				
3531200	**6.**	**TZ općina i gradova KZŽ (udruženo oglašavanje, pozornica)**	**93.500,00**	**100.000,00**	**107**	**3,78**
3531224	**7.**	**Muzeji Hrvatskog zagorja (udruženo oglašavanje)**	**35.000,00**	**0,00**	**0**	**0,00**
	8.	**HGK (Tečaj sommeliera)**	**0,00**	**5.000,00**		**0,19**
353112	9	**HTZ**	**837.769,41**	**856.555,00**	**102**	**32,39**
3531125	9.1	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	443.523,00	568.000,00	135	22,69
3531203	9.2	Projekti (novi web)	213.200,00	32.000,00	0	0,00
3,5E+07	9.3	Zagorje , ti moje blago (Tečaj sommeliera)	39.000,00	78.000,00	200	2,95
3,5E+07	9.4	Pješačke staze KZŽ	46.700,00	30.000,00	64	1,13
	9.5	EU projekt "Upoznajmo i uživajmo" (rebalans)	0,00	43.555,00	**0**	1,65
3531126	9.6	Posebne prezentacije	95.346,41	60.000,00	**63**	2,27
	9.7	Sajmovi		45.000,00	**0**	1,70
	10.	**Ministarstvo turizma**	**0,00**	**50.000,00**	**0**	**1,89**
	11.	**Prijenos prihoda prethodne godine**	**0,00**	**148.460,14**	**0**	**5,61**
	12.	**IPA sredstva EU**	**0,00**	**0,00**		**0,00**
34130,4	**13.**	**Ostali nespomenuti prihodi**	**12.126,86**	**3.000,00**	**25**	**0,11**
	14.	**HZZO**		**10.000,00**	**0**	**0,38**
		SVEUKUPNO PRIHODI	**2.567.396,27**	**2.644.115,14**	**103**	**100,00**
KONTO	**RB**	**RASHODI PO VRSTAMA**	**PLAN 2014. (UKLJUČENA II IZMJENA)**	**PLAN 2015**	**INDEKS I. PLAN 2014./PLAN 2015.**	**STRUKTURA %**
	I.	**ADMINISTRATIVNI RASHODI**	**577.132,00**	**783.032,00**	**136**	**29,22**
	1.	**Rashodi za radnike**	**418.000,00**	**415.000,00**	**99**	**15,49**
41	1.1	Plaće	403.000,00	403.000,00	100	15,04
	1.2	Ostali rashodi za	15.000,00	12.000,00	80	0,45

		radnike temeljem Pravilnika o radu				
	2.	**Rashodi ureda**	**158.956,00**	**367.680,00**	**231**	**13,72**
4212	2.1	Prijevoz	37.080,00	37.080,00	100	1,38
	2.2	Osiguranje	0,00	9.000,00	**0**	0,34
	2.3	Sistematski pregled	0,00	3.000,00	**0**	0,11
4211	2.4	Službena putovanja	20.000,00	5.000,00	25	0,19
42641, 0262	2.5	Nabava opreme	10.200,00	120.000,00	1176	4,48
42922,4	2.6	Reprezentacija općenito	15.000,00	15.000,00	100	0,56
4431	2.7	Trošak banke	7.000,00	5.000,00	71	0,19
4261	2.8	Uredski materijal	10.300,00	13.000,00	126	0,49
4255	2.9	Usluge najma	36.000,00	79.000,00	219	2,95
	2.10	Leasing automobil		28.600,00		1,07
42510	2.11	Trošak telefona	6.000,00	6.000,00	100	0,22
42513	2.12	Trošak pošte	2.500,00	3.000,00	120	0,11
42511	2.13	Trošak mobitela	10.000,00	10.000,00	100	0,37
	2.14	Trošak uređenja poslovnog prostora usluge	3.200,00	15.000,00	469	0,56
	2.15	Trošak goriva		13.000,00	0	0,49
	2.16	Cestarine, tunelarine		4.000,00	0	0,15
	2.17	HRT pristojba		2.000,00	0	0,07
	2.18	Ostali rashodi	1.500,00	0,00	0	0,00
	3.	**Rashodi za rad tijela Turističke zajednice**	**176,00**	**352,00**	**200**	**0,01**
	II.	**DIZAJN VRIJEDNOSTI**	**392.684,79**	**112.500,00**	**29**	**4,20**
022711,0227110	1.	Označitev ob Sotli (Pješačke i vinske staze :aktualizacija i modernizacija)	58.400,00	37.500,00	64	1,40
426412,0227113	2.	Mirisi i okusi Zagorja (štandovi i suncobrani)	84.559,79	75.000,00	89	2,80
	3.	Nabava pozornice	249.725,00	0,00	0	0,00
	III.	**KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**	**859.416,25**	**1.163.200,00**	**135**	**43,41**
	1.	**Online komunikacije**	**23.700,00**	**47.200,00**	**30**	0,27
42531211	1.1.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	23.700,00	47.200,00	30	0,27
	2.	**Offline komunikacije**	**829.716,25**	**926.000,00**		36,05

	2.1.	**Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**	**554.716,25**	**710.000,00**	**135**	**27,99**
42531012,42531010	2.1.1	Oglašavanje u tisku	68.396,25	100.000,00	146	3,73
42531014,42531015	2.1.2	Oglašavanje putem plakata	221.570,00	130.000,00	104	8,58
42531016	2.1.3	Oglašavanje na radio postajama	138.000,00	170.000,00	123	6,34
42531011	2.1.4	Internet oglašavanje	28.000,00	210.000,00	536	5,60
42531013	2.1.5	Oglašavanje putem televizije	98.750,00	100.000,00	101	3,73
4253102	**2.2.**	**Opće oglašavanje**	**169.000,00**	**40.000,00**	**24**	**1,49**
4262,4257004,425301	**2.3.**	**Brošure i ostali tiskani materijali**	**106.000,00**	**111.000,00**	**105**	**4,14**
	2.4.	**Suveniri i promo materijali**	**0,00**	**50.000,00**	**0**	**1,87**
	2.5.	**Baneri**	**0,00**	**15.000,00**	**0**	**0,56**
	3.	**EU projekt "Upoznajmo i uživajmo"**	**6.000,00**	**190.000,00**	**3167**	7,09
	IV.	**DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**	**402.943,29**	**503.000,00**	**125**	**18,77**
4211010	**1.**	**Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)**	**9.479,89**	**135.000,00**	**1424**	5,04
425315,42925,4211045	**2.**	**Studijska putovanja**	**3.148,00**	**6.000,00**	**191**	0,22
	3.	**Posebne prezentacije**	**390.315,40**	**362.000,00**	**93**	13,51
	3.1	Posebne prezentacije u inozemstvu	144.315,40	145.000,00	100	5,41
	3.2	Posebne prezentacije u tuzemstvu	246.000,00	217.000,00	88	8,10
	V.	**INTERNI MARKETING**	**65.715,34**	**108.000,00**	**164**	**4,03**
	1.	**Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog**	**46.882,00**	**88.000,00**	**188**	3,28

		sektora)				
	1.1	Zagorje, ti moje blago (Tečaj sommeliera)	39.690,00	78.000,00	197	2,91
4213,43	1.2	Seminari zaposlenih	7.192,00	10.000,00	139	0,37
425770	**2.**	**Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije**	**18.833,34**	**20.000,00**	**106**	0,75
	VI.	**MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**	**11.515,15**	**10.000,00**	**87**	**0,37**
	1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	0,00	0,00	**0**	0,00
4257004	2.	Banka fotografija	11.515,15	10.000,00	**87**	0,37
	VII	**Prijenos rashoda iz 2013**	**109.529,31**	**0,00**	**0**	**0,00**
		SVEUKUPNO RASHODI	**2.418.936,13**	**2.679.732,00**	**111**	**100,00**
		Prijenos viška prihoda u slijedeće razdoblje	148.460,14	-35.616,86	**-24**	

Planirani financijski rezultat u iznosu od -35.616,86 kuna odnosi se na obveze koje će nastati u 12. mjesecu 2015. godine s dospijećem u 01. mjesecu 2016.g.

Predsjednik TZ KZŽ

Željko Kolar

TROŠKOVI NAJMA (RAZRADA)	
NAJAM NOVOG POSLOVNOG PROSTORA	55.000,00
NAJAM POSLOVNOG PROSTORA KOTKA	6.500,00
SKLADIŠTENJE POZORNICE	7.500,00
SKLADIŠTENJE PROMIDŽBENOG MATERIJALA	10.000,00
UKUPNO	79.000,00

TROŠKOVI NABAVE OPREME (RAZRADA)	
NABAVA INFORNATIČKE OPREME	20.000,00
UREĐENJE NOVOG POSLOVNOG PROSTORA	100.000,00
UKUPNO	120.000,00

TROŠKOVI SAJMOVA (RAZRADA)	
SAJAM MUNCHEN FREE	39.000,00
MEĐUNARODNI SAJAM TURIZMA I ZDRAVLJA BANJA LUKA	51.000,00
SAJAM TURIZMA I GASTRONOMIJE NOVI SAD	40.000,00
SAJAM VINA BEDEKOVČINA	5.000,00
UKUPNO	135.000,00

TROŠKOVI INOZEMNE PREZENTACIJE (RAZRADA)	
KLAGENFURT, PADOVA I BOLONJA	71.000,00
SALZBURG	44.000,00
WROZLAW POLJSKA	30.000,00
UKUPNO	145.000,00

TROŠKOVI TUZEMNEPREZENTACIJE(RAZRADA)	
PULA	15.000,00
ZADAR I SPLIT	24.000,00
ŠTRUKLIJADA	35.000,00
BABIČINI KOLAČI	65.000,00
TOUR OF CROATIA	10.000,00
SELJAČKA BUNA	8.000,00
TJEDAN KAJKAVSKE KULTURE	8.000,00
ŠPANCIRFEST	5.000,00
PRIGODNE TUZEMNE PREZENTACIJE NA POZIV KROZ GODINU	47.000,00
UKUPNO	217.000,00