

IZVJEŠĆE

O RADU I IZVRŠENJU FINACIJSKOG PLANA

TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KOPRIVNICE

ZA 2017. GODINU

Broj: /2018.

Koprivnica, 01. veljače 2018. godine

SADRŽAJ

1 UVOD

2 TURISTIČKO – KULTURNI PROGRAMI

2.1 MANIFESTACIJE I EVENTI

3 MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

DJELOVANJE GRUPACIJE TZ GRADOVA SJEVERNE HRVATSKE

TISKANI MATERIJAL

4 SUFINANCIRANJE I POTPORA UDRUGAMA I DRUŠTVIMA

5 POTICAJI NAŠOJ TURISTIČKOJ ZAJEDNICI

6 UVOĐENJE INOVACIJA

7 ZAKLJUČAK

1 UVOD

Plan poslovanja donesen 2016. godine bio je osnova u provođenju aktivnosti tijekom 2017. godine. Osim poštivanja plana, aktivnosti u Turističkoj zajednici bile su podređene osnovnim zadacima koji su određeni Statutom i zadaćama Turističkih zajednica, a isto tako uvažavane su i smjernice koje smo tokom 2017. g. dobivali od središnjice HTZ-a, no uz sve to odraživali smo i dosta aktivnosti koje su se neplanirano pojavljivale tokom godine, a za koje smo smatrali da bi bile korisne u promociji naše destinacije.

Svoje aktivnosti koordinirali smo i s programima i aktivnostima Gradskih institucija na zadovoljstvo građana i posjetitelja, a zahvaljujući redovitoj potpori Grada one su i provedene.

U okviru postojećih djelatnosti Turistička zajednica grada osmislila je i producirala neke nove elemente koji kvalitativno nadopunjuju postojeće turističke proizvode.

2 TURISTIČKO – KULTURNI PROGRAMI

Turistička zajednica grada Koprivnice nastavlja biti jedna od najaktivnijih turističkih zajednica u Hrvatskoj. Gotovo svakog mjeseca naša Turistička zajednica organizator je ili suorganizator značajnih događaja u Koprivnici, ali i van grada, što zahtjeva velika financijska ulaganja, kao i izniman angažman malobrojnog ljudskog potencijala.

Ovakav angažman zasigurno doprinosi sadržajnosti turističke ponude Grada, kao i njegovoj većoj prepoznatljivosti te kreiranju pozitivnog imagea.

2.1 MANIFESTACIJE I EVENTI

KOPRIVNIČKI FAŠNIK – 25. veljače

Jedna od najstarijih manifestacija u Koprivnici još je uvijek pod okriljem Turističke zajednice Koprivnice, bez obzira što nema turističku važnost za našu destinaciju.

Sve ono što smo planirali to smo i realizirali. Nekoliko dana prije glavne povorke „preuzeta“ je vlast u Koprivnici, a to su izveli „Prapodravci“ iz Sigeca.

Dvadesetak grupa što mlađih, što starijih iz Koprivnice i okolice dominirali su središnjim Trgom, a druženje i zabava nastavljeni su u zatvorenom prostoru Bijele kuće za odrasle maškare dok su dječje skupine nastavile svoje druženje u Domu mladih.

BITKA KOD SAMOBORA – 5. ožujka

Već početkom godine otpočele su promotivne aktivnosti Gradske turističke zajednice tradicionalnim nastupom Koprivničkih mušketira i haramija te starih zanata na povijesnoj manifestaciji u Samoboru. Promovirane su u prvom redu naše dvije velike manifestacije – Renesansni festival i Podravski motivi kao i Grad i okolica. Većinu publike činili su posjetitelji s područja Zagrebačke županije što je naše ciljano tržište.

RIBOLOVCI SVOME GRADU – 08.- 09. travnja

Manifestacija koja je već postala tradicionalna, a čiju su uspješnu organizaciju obavili članovi Športskog ribolovnog kluba Koprivnica uz našu pomoć, kako financijsku tako i marketinšku, logističku i organizacijsku. Moram napomenuti da je to deseta godina kako naša TZ ne snosi glavni teret organizacije, a što nažalost nije slučaj i s drugim manifestacijama u našem Gradu.

Manifestacija je ponovo održana na središnjem Gradskom trgu te je i ove godine uz obilje sadržaja vezanog za naše vode i ribolov te dobro vrijeme privukla velik broj posjetitelja, ali koji su još uvijek pretežno lokalnog karaktera kao i velik broj natjecatelja (ekipa) u spravljanju fiš-paprikaša koji su došli iz raznih dijelova Hrvatske.

SAJAM CVIJEĆA – 28. travnja – 01. svibnja

Proizvođači cvijeća i hortikulturnih sadnica već su se udomaćili na Trgu bana Jelačića u vrijeme prvosvibanjskih praznika. Posjetitelji su uživali u raznovrsnom asortimanu cvijaća, a mnogi su ga i kupili po diskontnim cijenama što rezultira ljepšim i uređenijim Gradom i okolicom, a što je u konačnici i naš cilj.

JAGNJEDOVEČKA LEGENDA – 06. svibnja

Koprivnički mušketiri i haramije ta stari zanati aktivno su se uključili u realizaciju „Jagnjedovečke legende“ u Jagnjedovcu. Turistička zajednica pomogla je marketinški promociju ove zanimljive manifestacije u prigradskom dijelu Koprivnice, koja po uzoru na Renesansni festival evocira nekoć davno minula vremena Jagnjedovca.

STOLAC – 19. – 20. svibnja

Po drugi su puta Koprivnički mušketiri sudjelovali na Stolačkoj tarči u BIH s ciljem razmjene suradnje sa Stolačkom viteškom skupinom Stjepana Koseca. Upravo su oni vratili gostovanje na Renesansnom festivalu krajem kolovoza te doprinijeli kulturnoj raznovrsnosti manifestacije.

BLED – 3. - 4. lipnja

U svjetski poznatoj turističkoj destinaciji te veličanstvenom Bledskom dvorcu naši su povijesni sadržaji podigli kvalitetu samog događanja kroz demonstracije starih zanata, dvorskog slikara te ostale atrakcije. Suradnja sa Slovencima traje već osam godina, a najavljen je dolazak njihove kao i još nekih srednjovjekovnih skupina na Renesansni festival koji se održavao krajem kolovoza. Posebno veseli informacija o poznavanju Renesansnog festivala u Sloveniji, a također su kroz komunikaciju i interakciju s publikom ostvareni brojni kontakti te promovirane naše središnje manifestacije, kao i Grad i okolica.

MARKOV SAJAM U ZAGREBU – 07. – 10. lipnja

Partnerski odnos organizatora „Kraljeva ulice“, TZ Zagreba i TZ Koprivnice već trinaestu godinu daje Markovom sajmu izniman štih, naročito u dijelu interaktivnog prezentiranja Koprivničkih starih zanata i zaboravljenih vještina.

Posjetiteljima smo ponovno „ispričali“ povijesnu priču i na taj način prikazali „žive slike“ davno minulih i zaboravljenih vremena Koprivnice, ali i Zagreba. Uz mnogobrojne aktivnosti koje provodi Turistička zajednica Koprivnice, veliku pozornost pridajemo projektu rekonstrukcije raznih vidova života s kraja srednjeg vijeka – renesanse i to ponajviše kroz Renesansni festival.

Dio te priče preslikali smo u Zagrebu na Markovom sajmu dočaravanjem davno minulog i gotovo zaboravljenog vremena 15. i 16. stoljeća, a s obzirom da su na sajmove dolazili obrtnici i trgovci iz raznih krajeva tako su se i koprivnički dobro uklopiti u ambijent Markovog sajma.

Stari zanatlije su demonstrirali svoja umijeća poput svojih srednjovjekovnih prethodnika izrađujući razne predmete na licu mjesta. Većinu tih zanata (kovač, svjećar, kolar, notar, alkemičari, izrada kaciga, prastarih glazbala i dr.) rekonstruirali smo u Koprivničkoj turističkoj zajednici, a njihova atraktivnost plijeni pozornost gdje god se pojavili. No nisu samo stari zanati biti „teleportirani“ iz prošlosti već su tu bili i vitezovi, mušketiri, dame, kmetovi, dželat, renesansni glazbenici, žongleri, lakrdijaši, ali i skitnica i prevaranata tj. svega onoga što se moglo vidjeti na sajmu onog vremena. Također su se mogla kušati i jela i pića od koprive, a pilo se vino, pivo i medovina.

Četverodnevna manifestacija koja se odvija na otvorenom, na najfrekventnijoj lokaciji ovog dijela Europe zahtjeva iznimnu organizacijsku umješnost i veliki logistički angažman, a slobodno možemo istaknuti da je Markov sajam sigurno najzahtjevniji projekt kojeg jedna turistička zajednica izvodi van svojeg domicilnog prostora.

Osim naših mnogobrojnih obrtnika na sajmu kao dio naše ekipe sudjeluju i obrtnici iz Slovenije te muzičari iz Mađarske, a koji su inače neizostavni dio izvođača Renesansnog festivala.

Zadovoljstvo i interes naših obrtnika koji su jedan od glavnih elemenata naše priče, dovoljno govore o kvaliteti Markovog sajma kao najboljeg mjesta za direktni plasman i promociju njihovih proizvoda. Umješnost organizacije nije jedina odlika jednog od najvećih projekata kojim se iznimno ponosimo već je to i umješnost pregovaranja s partnerima ove manifestacije, naime najbolju i najučinkovitiju promociju na nama najzanimljivijem tržištu – Zagrebu gotovo u cijelosti financiraju TZ Zagreba (financijska sredstva) i glavni organizator Kraljevi ulice (smještaj, prehrana, neplaćanje mjestarine i dr.). Važno je napomenuti kako je ova iznimna promocija Koprivnice i Županije i to uz financiranje drugih faktora van našeg grada i Županije.

Iznimna medijska pozornost, nebrojeni kontakti, gospodarska i marketinška korisnost obrtnika koji su nastupali, zajednička fotografiranja s ljudima iz cijelog svijeta (brojne organizirane turističke grupe iz cijelog svijeta ciljano dolaze na Markov sajam) glavni su rezultat ove za nas iznimno naporne, stresne, ali i najefektnije promotivne manifestacije, koja u vrlo kratkom vremenu rezultira većom posjećenošću Koprivnice i Županije, ali i poboljšanjem imagea našeg Grada.

DOMŽALE - 10. lipnja

Tjedan dana nakon Bleda, dio starih zanata vezan uz slamu po peti je puta gostovao na manifestaciji posvećenoj slami i proizvodima od slame u Domžalama.

PICOKIJADA – 01. – 02. srpnja

U okviru PPS kluba Podravina TZ grada Koprivnice podržava projekte partnera (TZ Đurđevca i Ludbrega) unutar kluba. Tako mušketiri i neki stari zanati već tradicionalno nastupaju na Picokijadi, dok s druge strane đurđevčani vraćaju gostovanje na Renesansnom festivalu.

PODRAVSKI MOTIVI – 30. lipnja – 02. srpnja

Prošlogodišnji su Podravski motivi nastavili tradiciju održavanja u prirodnom ambijentu Gradskog parka na zadovoljstvo izlagača i samih posjetitelja. Ovu revolucionarnu ideju prisvajaju i drugi gradski projekti poput Koprivničkog proljeća i Koprivničke bajke.

Centralni dio Podravskih motiva ponovno je bio Gradski paviljon oko kojega je radijalno bio postavljen sajam naive s našim slikarima, u pročelju parka bili su stari zanati dok su ostali sadržaji iz Svilarke ulice bili locirani na stazama uz Nemčićeve i Esterovu ulicu.

Cijela manifestacija izgledala je izuzetno kompaktno, protočno, drugačije nego su posjetitelji navikli, a ambijent Gradskog parka dao joj je prirodnu dimenziju te je taj splet sadržaja i atmosfere ostavio sjajan dojam na posjetitelje.

Ovakvom koncepcijom iskoristili smo Park, a oživjeli smo prostor Paviljona i njegove blizine, koji su do sad bili skromno korišteni.

Glazbeni program činili će uglavnom domaći sastavi i KUD-ovi s područja Županije. Glavna tema Podravskih motiva bio je med gdje je oformljen Medeni kutak s brojnim sadržajima za djecu, stručnim predavanjima za medare te brojnim izlagačima i udrugama s proizvodima i kolačima na bazi meda. Podravka je kao i obično bila gastronomska podrška manifestacije, a nije nedostajalo ni zabave za djecu za što se pobrinuo Lino kutak.

SV. IVAN ZELINA – 01. – 02. srpnja

Povijesni sadržaji Turističke zajednice grada Koprivnice i Udruge Anno Domini svojim su jedinstvenim i originalnim programom uveličali događanje u Zelini. Ovaj je nastup temeljen na dugogodišnjoj suradnji između Turističke zajednice grada Koprivnice i Udruge vitezova Zelingradskih koji redovito uzvraćaju gostovanje na Renesansnom festivalu u kolovožu.

Koprivnički stari zanati, Povijesna postrojba mušketira i haramija te zabavne srednjovjekovne sprave bile su pravi mamac za mnogobrojne posjetitelje.

Spomenuta je aktivnost ujedno bila i snažna promocija središnjih koprivničkih manifestacija – Podravske motive i Renesansnog festivala, te Grada i okolice usmjerena prema zagrebačkoj publici, koja je naše najvažnije turističko tržište.

PORCIJUNKULOVO (Čakovec) – 28. srpnja – 02. kolovoza

Pet su dana koprivnički obrtnici i stari zanati povodom obilježavanja velike međimurske manifestacije prezentirali svoje vještine na čakovečkim trgovima.

Bilo je tu publike iz cijele Varaždinske i Međimurske županije te je to bila sjajna prilika promocije Renesansnog festivala koji je predstojio.

Rezultat je to suradnje u okviru Grupacije TZ Sjeverne Hrvatske te nastavak održivosti projekta Four towers provedenog u okviru EU programa.

PAKOŠTANE – 18. - 20. kolovoza

Turistička zajednica grada Koprivnice predstavila se sa svojim srednjovjekovnim sadržajima na povijesnoj manifestaciji u Vrani nedaleko Pakošтана.

Ovo je još jedna u nizu promotivnih aktivnosti koje se sustavno provode širom Hrvatske s ciljem promocije naše najveće manifestacije, Renesansnog festivala.

Koprivnički mušketiri i haramije, koprivnička kovačnica te ostali Stari zanati udruge Anno Domini bili su okosnica manifestacije te su svojim programom i radionicama plijenili pažnju mnogobrojnih posjetitelja.

RENEANSNI FESTIVAL - 24. – 27. kolovoza

Povijesni mega spektakl Renesansni festival sljubljivanje je kasno srednjovjekovnih povijesnih fakata i originalnosti Koprivnice, Podravine i Hrvatske s baštinskim vrijednostima zapadnoeuropskog kulturnog civilizacijskog kruga (čiji je dio i Hrvatska), koje se manifestiraju kroz brojne nastupajuće viteške, obrtničke i muzičke skupine iz više od deset europskih zemalja. Manifestacija je pravi primjer razvijanja europskog identiteta Grada i Regije te se ustalila u kategoriji TOP događanja Hrvatske te i ove godine svojom kvalitetom zaslužila titulu Superbrands kakvu nose svjetski poznati brandovi Podravke, Agrokora, trgovački lanci,.....

I dok se većina naših žitelja odmarala na Jadranu pripreme za Renesansni festival intenzivirale su se baš u tom periodu, što van Koprivnice ili kod kuće.

Poznato je da osim velebnih ostataka renesansne utvrde te Zeughausa, nemamo nikakve čarobne dvorce poput mnogih drugih pa zato moramo sami kreirati i graditi atraktivne građevine poput drvenih mostova, kula, palisada i sl.

Sama manifestacija započela je u kasnim poslijepodnevnim satima u četvrtak programima na Gradskim bedemima s domaćim performerima.

Nastavilo se s bogatijim programom u petak te svečanom povorkom u subotu ceremonijom dolaska kralja, darivanjem obrtnika te kraljevskom gozdom (Podravkini kraljevski kuhari) uz zabavu mnogobrojnih dama, vitezova, obrtnika, trgovaca, kmetova, žonglera itd.

Naplata ulaska na prostor manifestacije vršila se i ove godine po 10 kn za vikend, 5 kn u petak što je zanemarivo u odnosu na kvalitetu i renome manifestacije, dok je ulaz u četvrtak bio besplatan.

Ove je godine središnja tema manifestacije bila „Kopriva i eliksiri“ gdje je osmišljen tematski kutak s eko proizvođačima pripravaka, tinktura, napitaka, hrane na bazi koprive. Tu je glavna atrakcija bio Guinnessov parfem od koprive kao i čokolada te praline od koprive koji su službeno i jedni od suvenira Grada.

Svojom je posjetom manifestaciji odao počast i Stipe Žunić, brončani bacač kugle sa svjetskog prvenstva u Londonu.

Od ostalih atrakcija bili su tu njemački muzičari Furunkulusi, slovački vitezovi na konjima kao i sokolari te staklopuhač iz Manchestera koji je pridonio internacionalnosti eventa.

Na prostoru same manifestacije ugostiteljsku uslugu vršilo je osoblje Hotela „Podravina“, Pivnice „Kraluš“, Ugostiteljstva „Zlatan“, Restorana „Klas“, Cafe bar LOOP, Cafe bar Zmaja, Paradiso iz Virja, Nautillus, Pixel, Pizzerija Fortuna, KTC. Ove godine možemo konstatirati da je ugostiteljska usluga bila na visokoj razini na zadovoljstvo samih posjetitelja, ali u pojedinim trenucima još uvijek premalo.

Podravkin gastro tim vrhunski je odradio svoj dio posla u „Kraljevskoj gozbi“, a i udruge nisu bile ništa neprimjetnije. Udruga žena Bakovčice se brinula za okrjepu kostimiranih sudionika, preko 1000 ljudi koje trebalo nahraniti u tri obroka dnevno, tri dana za redom.

Mnogobrojni obrtnici i trgovci okružili su središnji prsten Bedema i time stvorili najveći „srednjovjekovni“ sajam ovog dijela Europe.

Za obranu Gradu pobrinule su se brojne viteške skupine iz 10 Europskih zemalja (Njemačke, Austrije, Italije, Poljske, Češke, Slovačke, Mađarske, Slovenije, BIH i naravno Hrvatske).

Spektakularne viteške igre i dvoboji kulminirali su noćnim napadom na Grad kao i vatrenim noćnim nastupom Čeških gutača vatre potpomognutim Koprivničkim mušketirima u opkopima. Fascinantan je bio prizor tisuća posjetitelja na bakljama osvijetljenim bedemima.

Više od 1000 adekvatno kostimiranih sudionika iz Koprivnice, Hrvatske i inozemstva stvaralo je neprekidno četiri dana i noći fenomenalni i gotovo neponovljivi ugođaj živih slika iz prošlosti.

Ogromni parkirni prostor (i ove godine se naplaćivao) bio je u nekim trenucima prepun vozila i to većinom iz sredina van naše Županije, bez obzira na istovremena velika događanja u susjednom Varaždinu.

Renesansni festival se gotovo preko noći i iz ničega pretvorio, ne samo u najatraktivniju, najbogatiju sadržajem, najkompleksniju i najposjećeniju (gotovo 50000 posjetitelja) manifestaciju Županije već i najveću povijesno-turističku manifestaciju ovog dijela Europe.

Renesansni festival osim što je najveća turističko kulturna manifestacija Županije prometnuo se i u najveći gospodarski sajam u našoj Županiji, a u prilog tome govori broj gospodarskih izlagača, njihovo zadovoljstvo nastupom te iz godine u godinu sve veći interes kako domaćih tako i inozemnih gospodarskih subjekata.

Bitno je napomenuti da bez sinergije s Gradom, HTZ-om, Ministarstvom turizma, gospodarskim subjektima Podravkom, Carlsbergom, Coca Colom, Optimom, Auto kućom Lončar, Hangarom 18, Zagrebačkom bankom, PBZ-om, Erste bankom, INA-om, HGK, Belupom, Hartmannom, velikim brojem tvrtki, obrta, udruga i pojedinaca te naravno medijskim pokroviteljem Radijom Sljeme ovakva razina kvaliteta ove povijesno – turističko gospodarske manifestacije ne bi bila moguća.

Turistička zajednica grada Koprivnice u suradnji s Udrugom Anno domini drugu je godinu za redom, tradicionalno organizirala Mimohod povijesnih postrojbi. Okupljene su postrojbe iz cijele Hrvatske te su ceremonijama defilea i pucanja iz povijesnog oružja te samim kostimima educirali mnogobrojnu publiku o povijesnim vrijednostima Hrvatske. Turistička zajednica je i ove godine tehnički podržala sajam u okviru proslave Dana grada gdje su naši obrtnici, članovi Udruge Anno Domini svojim asortimanom proizvoda obogatili isti sajam.

3 MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

DJELOVANJE GRUPACIJE TZ GRADOVA SJEVERNE HRVATSKE

Inicijativa naše TZ u smislu osnivanja asocijacije koja bi povezivala TZ gradova Sjeverne Hrvatske pokazala se pravim pogotkom jer se u kratkom vremenu pokrenulo nekoliko aktivnosti. Održano je nekoliko zajedničkih promotivnih radionica širom Hrvatske ciljano prema turističkim agencijama. Razmjenjuje se promidžbeni materijal između turističkih zajednica povezanih u Grupaciju, napravljena je brošura– „Dvorci i dvorci“ . Održano je i nekoliko zajedničkih izuzetno konstruktivnih i smatramo korisnih sastanaka.

TISKANI MATERIJAL

Tijekom 2017. godine Turistička zajednica grada imala je u planu tisak promo materijala koji je u potpunosti i ostvaren. Tiskani su slijedeći materijali:

Prospekt „Vodič događanja 2017.“
Prospekt „Renesansni festival“
Prospekt „Podravski motivi“
Plakat „Podravski motivi“
Plakat „Renesansni festival“
Letak „Podravski motivi“/“Renesansni festival“
Program događanja – Podravski motivi
Program događanja – Renesansni festival
Program događanja – Jagnjedovečka legenda
Jumbo plakati
Majice Podravska Bilogora i Renesansni festival

4 SUFINANCIRANJE I POTPORA UDRUGAMA I DRUŠTVIMA

Sufinanciraju se udruge koje participiraju u organizaciji i sudjelovanju u našim aktivnostima. Nabrojati ćemo neke: Udruga invalida, Udruga osoba s intelektualnim poteškoćama „Latice“, udruge žena – Bakovčice, Bregi, Reka, Jagnjedovec, Kunovec Breg, BK Rotor, Rock live festival, UŠRPS, JAZZ festival, TZ Đurđevca, brojni gradski projekti i dr.

5 POTICAJI NAŠOJ TURISTIČKOJ ZAJEDNICI

Naši su projekti financirani iz fondova resornog ministarstva, te uobičajeno iz nekoliko programa Hrvatske turističke zajednice, ove godine smo zadržali status TOP događanja, treći puta za redom što

je ogromno priznanje Renesansnom festivalu. Suradnja s TZ Zagreba (Markov sajam) i ove godine je doprinijela njihovoj participaciji u našim troškovima.

Sredstva od tih institucija ne dobiva svatko i ne dobivaju se lako, a rezultat su kvalitete projekata kakve nudimo turističkom tržištu.

Najznačajnija sredstva dobivena su iz Interreg programa Europske unije za dva projekta kojima smo uspjeli financirati više od polovine troškova Renesansnog festivala.

EU PROJEKTI

Turistička zajednica grada Koprivnice provodi 2 projekta financirana iz Interreg programa prekogranične suradnje Hrvatska Mađarska. Riječ je o projektima Culturevive tour i Ecotop 2 ukupne vrijednosti za TZ KC oko 1.000.000,00 kn.

Uz problematiku predfinanciranja projekata što nije lako uz tekuće obveze, prošle godine i ove pojavila se još jedna prepreka uzrokovana nekonsolidiranjem sustava praćenja provedbe od strane JS-a, što će prolongirati refundaciju već utrošenih sredstava (za nas značajnih – organizacija Renesansnog festivala). Isto tako program kasni sa lansiranjem 2. kruga natječaja koji je bio najavljen krajem 2017. Sigurno će biti objavljen u prvoj polovini 2018. te se nadamo prihvaćanju još kojeg projekta kao bismo osigurali stabilan rast i razvoj našeg TOP događanja – Renesansnog festivala.

6.1 Predavanja na temu Renesansnog festivala

Autor Renesansnog festivala održao je tokom 2017. godine brojna predavanja na poziv organizatora temeljena na brojnim iskustvima, organizacijskim metodama, opasnostima, rizicima i svim ostalim elementima koji sačinjavaju kompleksnu organizaciju događanja. Predavanja su usmjerena prema studentima, gospodarstvenicima, turističkom sektoru, prosvjetarima. Dosad je nekoliko puta držao predavanja u Zagrebu na nekoliko lokacija, Varaždinu, Vinkovcima, Opatiji, Poreču i međunarodnom povijesnom kongresu u Solinu.

6.2 PPS područje

Tijekom 2015. godine pokrenuli smo inicijativu osnivanja PPS područja Podravina temeljem geografskih, povijesnih i ostalih turistički važnih elemenata određenog prostora. U samu organizaciju uključeni su gradovi Ludbreg i Đurđevac te općine Molve i Hlebine.

PPS omogućava kreiranje povijesno – geografske, kulturne i ekonomsko opravdane destinacije te time i bolju prepoznatljivost na turističkom tržištu kao i potencijalno više sredstava za promociju turističkih resursa prostora PPS-a, a ne umanjuje autonomiju pojedine turističke zajednice koje se u nju uključe.

Shodno tome kreirali smo biciklističku stazu od Ludbrega do Đurđevca pod nazivom Podravska bilogora koja će povezati turističku ponudu sva tri grada u jedinstven turistički proizvod. U okviru projekta provedene su aktivnosti izrade web stranice, brošure, 3 stanice za popravak bicikla, tisak promotivnih majci, nabava pametnih klupa.

7 ZAKLJUČAK

Kontinuitet organizacije velikih događanja kako u Koprivnici tako i van našeg grada, kao i marketinških aktivnosti održan je i prošle godine.

Ono što moramo posebno istaknuti je naša svrsishodnost jer bez obzira na našu glavnu marketinšku ulogu uvijek težimo ekonomskoj isplativosti naših aktivnosti, bilo u Koprivnici, bilo van našeg Grada. Naša strategija prepoznata je u matičnoj Hrvatskoj turističkoj zajednici koja nas je po treći puta uvrstila u konkurenciju TOP događanja na razini države te osigurala značajna financijska sredstva.

Smatramo da je najefikasniji marketing onaj koji je usmjeren prema najbližem okruženju Hrvatske, eventualno Južna Mađarska i Slovenija iz kojeg prostora realno možemo u kratkom roku očekivati veći broj posjetitelja. Smatramo da bi nekakva marketinška megalomanija usmjerena prema svjetskim širinama bila preskupa, neučinkovita i sama sebi svrhom, osim u situacijama da nam takve aktivnosti financiraju europski fondovi.

Aktivnosti koje učestalo vršimo po Hrvatskoj pokazale su nam ne baš ružičastu situaciju u pogledu poznavanja našeg prostora i resursa. Iznimno je velik broj ljudi u našoj zemlji koji uopće ne poznaju naš prostor stoga smo mišljenja da treba krenuti od sebe i od onog što nam je najbliže kako bi što racionalnije i efikasnije potrošili sredstva obveznika turističke članarine i boravišne pristojbe.

Također u ovdašnjim turbulentnim vremenima treba se okretati drugim izvorima financiranja – fondovima Europske unije, naravno sa kvalitetnim projektima, iz razloga što su dosadašnji partneri u našem okruženju pogođeni sveprisutnom gospodarskom krizom i nisu u mogućnosti podržati naše projekte.

Izuzetno smo zadovoljni i što se udio sredstava koji nam dotira Grad smanjuje te su ona u 2017. iznosila samo 10% našeg budžeta.

Sponzorstva i donacije gospodarskih subjekata, sklapanja novih partnerstava vrlo su važni u financiranju, naročito održivom, naših projekata, a nadamo se da ćemo to postići i ove godine.

Direktor:

Renato Labazan, prof.