

IZVJEŠĆE

O RADU I IZVRŠENJU FINACIJSKOG PLANA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KOPRIVNICE
ZA 2015. GODINU

Broj:20 /2016.

Koprivnica, 01. ožujka 2016. godine

SADRŽAJ

1	UVOD	3	
2	TURISTIČKO – KULTURNI PROGRAMI	3	
2.1	MANIFESTACIJE I EVENTI	3	
3	MARKETINŠKE AKTIVNOSTI	10	
	DJELOVANJE GRUPACIJE TZ GRADOVA SJEVERNE HRVATSKE	10	
	TISKANI MATERIJAL	11	
4	SUFINANCIRANJE I POTPORA UDRUGAMA I DRUŠTVIMA	11	
5	POTICAJI NAŠOJ TURISTIČKOJ ZAJEDNICI	11	
6	UVOĐENJE INOVACIJA	12	
6.1	Rekonstrukcija Oružarne	12	
6.2	PPS područje	12	
7	ZAKLJUČAK	12	

1 UVOD

Plan poslovanja donesen 2014. godine bio je osnova u provođenju aktivnosti tijekom 2015. 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 2015. g. dobivali od središnjice HTZ-a, no uz sve to odrađivali 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

KLIZALIŠTE – siječanj/veljača

Naš partnerski odnos s Belupom, izvođačem radova Ligmom te Gradom Koprivnica već je jedanaestu zimu rezultirao atraktivnim i iznimno posjećenim sadržajem u centru Grada s kakvim bi se ponosili i mnogo veći gradovi od Koprivnice.

Samo operativno vođenje klizalište odradila je Turistička zajednica s „uigranim“ timom, što je značilo i posvećivanje više pažnje posjetiteljima što je u konačnici rezultiralo i njihovim većim zadovoljstvom.

Ono što nas posebno veseli je činjenica da se iz sezone u sezonu bilježi konstantan broj posjetitelja, kako Koprivničanaca tako i posjetitelja iz drugih dijelova Hrvatske i inozemstva.

Na ovaj način najbolje se „oživi“ središnji Gradski trg, što je inače izuzetno veliki problem obzirom na veliku privlačnu silu trgovačkih lanaca na periferiji Grada.

KOPRIVNIČKI FAŠNIK – 14. 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 – 01. 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 – 28.- 29. 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 osma 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 – 01. – 03. svibnja

Proizvođači cvijeća i hortikulturnih sadnica već su se udomaćili na Trgu bana Jelačića u vrijeme prvosvibanjskih praznika. Usprkos relativno lošem vremenu sajam je bio dobro posjećen. 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 – 09. 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.

MARKOV SAJAM U ZAGREBU – 21. – 24. svibnja

Partnerski odnos organizatora „Kraljeva ulice“, TZ Zagreba i TZ Koprivnice već jedanaestu 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.

Loše vremenske prilike rezultirale su nešto skromnijom promocijom jer nije imalo smisla ulaziti u trošak najma kamiona i angažmana ljudi u onom obimu u kakvom smo navikli gledati Markov sajam. 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.

Sv. Ivan Zelina – 15. – 17. svibnja

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 rujnu.

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.

BLED – 6. - 7. 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 šest godina, a najavljen je dolazak njihove kao i još nekih srednjovjekovnih skupina i sljedeće godine. 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.

DOMŽALE - 13. lipnja

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

PODRAVSKI MOTIVI – 19. – 21. lipnja

Prošlogodišnji su Podravski motivi doživjeli revolucionarni konceptijski zaokret premještanjem cijelog događanja u Gradski park zbog zasićenosti dosadašnjim izdanjima.

Centralni dio Podravske motive bio je Gradski paviljon oko kojega je radikalno 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 Nemčićevu 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 dok su u večernjim satima na terasi kafića Stars nastupali renomirani izvođači. Glavna tema Podravske motive bile su seoske igre naivaca koji su se okušali u raznim, pomalo i zaboravljenim vještinama. Podravka je kao i obično bila gastronomska podrška manifestacije, a nije nedostajalo ni zabave za djecu za što se pobrinuo Lino kutak.

BURGHAUSEN – 10. – 12. srpnja

Temeljem dobre poslovne suradnje s povijesnom udrugom iz Burghausena koji već tradicionalno dolaze na Renesansni festival gostovali smo na najstarijoj manifestaciji u istoimenom gradu.

Manifestacija je poslužila kao primjer za komparaciju s Renesansnim festivalom u pogledu kompleksnosti organizacije čemu je svjedočio veći dio Turističkog vijeća koji su osjetili dašak organizacije Europskog festivala.

Na samoj manifestaciji razmijenili smo brojne kontakte s povijesnim grupama iz cijele Europe od kojih je s jednom dogovorena suradnja na ovogodišnjem Renesansnom festivalu – njemačka hard medieval grupa Furunkulus koja će po prvi puta nastupati u Hrvatskoj.

PORCIJUNKULOVO (Čakovec) – 31. srpnja – 02. kolovoza

Tri 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 i suradnje u okviru Grupacije TZ Sjeverne Hrvatske te projekta Four towers sufinanciranog iz EU projekta.

PAKOŠTANE – 21. - 23. 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 - 27. – 30. 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 gotovo deset europskih zemalja. Manifestacije je pravi primjer razvijanja europskog identiteta Grada i Regije.

Manifestacija je po prvi puta okrunjena titulom TOP manifestacije Hrvatske u konkurenciji svih tipova događanja što je dosad najveće priznanje Turističkoj zajednici, Gradu i Županiji s područja turizma te svakako pokazatelj da se manifestacija razvija u dobrom smjeru.

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, a u večer je počelo emitiranje „Šušura“, nove turističke emisije HRT1 koja se prenosila uživo s naših Bedema i bila nam je iznimna promocija, kako manifestacije tako i Grada.

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.

Po drugi puta uveli smo naplatu ulaska na prostor manifestacije po 2 kn. To je bilo moguće jer je sam prostor manifestacije bio opasan s drvenim palisadama u dužini od gotovo 600 metara.

Ove je godine središnja tema manifestacije bila „Konjički viteški turnir“ kojeg je vjerno uprizorila slovačka grupa kaskadera/profesionalaca. Riječ je o vrlo atraktivnom projektu koji se viđa na povijesnim spektaklima diljem Europe gdje oklopljeni vitezovi na konjima s dugim kopljima prikazuju razne vještine i tehnike rukovanja istim te direktnu borbu prsa o prsa sa spektakularnim padovima. Projekt je pratila ogromna infrastruktura – 2 velika ceremonijalna šatora za konje, osiguranje, razglas, zaštita, hitna pomoć,...

Druga velika, možda i najveća atrakcija bio je gušćar iz Francuske koji je sa svojim dresiranim guskama i najboljim prijateljem psom, po prvi puta viđenim u Hrvatskoj, oduševio publiku. Renesansni festival nastavio je s trendom zabrane korištenja plastičnog pribora za jelo i piće te na taj način osigurao autentičnost i ekološku učinkovitost.

Na prostoru same manifestacije ugostiteljsku uslugu vršilo je osoblje Hotela „Podravina“, Pivnice „Kraluš“, Ugostiteljstva „Zlatan“, Restorana „Klas“, Cafe bar LOOP, Cafe bar Zmaja te po prvi puta ugostiteljski objekt iz Virja. 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 okrpju 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, Francuske, Poljske, Češke, Slovačke, Mađarske, Slovenije i naravno Hrvatske).

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

Oko 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, Ministarstvom zaštite okoliša, Ministarstvom gospodarstva, Ministarstva kulture, gospodarskim subjektima Podravkom, Carlsbergom, Zagrebačkom bankom, Erste bankom, INA-om, HGK, Belupom, Kutjevom, Hartmannom, velikim brojem tvrtki, obrta, udruga i pojedinaca te naravno medijskim pokroviteljem Večernjim listom ovakva razina kvaliteta ove povijesno – turističko gospodarske manifestacije ne bi bila moguća.

ORAHOVICA – Legenda o Ružici – 04. – 06. rujna

Koprivnička povijesna postrojba mušketira i haramija te nekih starih (srednjovjekovnih) zanata gostovala na srednjovjekovnoj manifestaciji u Orahovici, gdje su uz domaću posadu branili mističan i romantičan Ružica grad, nekoć jednu od najvećih srednjovjekovnih utvrda Ugarsko-hrvatskog kraljevstva. Sa svojim su atraktivnim programom pucanja iz mušketa te svojim markantnim izgledom pridonijeli sadržajnosti i originalnosti same manifestacije koja je rijedak primjer te vrste u Slavonskoj ravni. Bio je to ujedno i nastavak suradnje s Redom vitezova Ružice grada iz Oraovice koji početkom rujna dolaze na najveći povijesno-turistički spektakl ovog dijela Europe – Renesansni festival.

EUROPSKI TJEDAN KRETANJA – 19. rujna

Dojmovi se nakon Renesansnog festivala još nisu počeli ni slijegati, a već smo bili involvirani u slijedećoj gradskoj aktivnosti Europskom tjednu kretanja u kojem smo zaduženi za organizaciju Koprivničkog pijaca koji smo i apsolvirali.

DAN GRADA - 07. studenoga

Turistička zajednica i ove je godine tehnički podržala sajam u okviru proslave Dana grada gdje su naši obrtnici, članovi Udruge Anno Domini svojim asortimanom proizvoda obogatili isti sajam.

KLIZALIŠTE I BOŽIĆNI SAJAM – prosinac

Božićni sajam otvorio je svoja „vrata“ na Zrinskom trgu 11. prosinca. Sajam je djelovao puno bogatije, estetski dotjeranije zbog dodatnih kućica koje smo izradili iz projekta Four towers.

Zahvaljujući ponajviše Belupu, Ligo grupi te Gradu, klizalište je 16. prosinca ugledalo i ovu zimsku sezonu.

Tehničko vođenje klizališta kao i iznajmljivanje klizaljki i ove je godine bilo u domeni Turističke zajednica grada.

Klizalište je postavljeno na istoj lokaciji i u istim gabaritima kao i prošle godine, a kompletne radove na montaži i demontaži izvršila je koprivnička tvrtka Ligo.

Naše se procjene kreću do 10.000 klizača, a ako se pribroje i svi roditelji, prijatelji ili znanci koji su došli s njima (odnosi se na posjetitelje van Koprivnice), onda dolazimo do impozantnih brojki koje su zasigurno rezultirale većom potrošnjom, a time i prihodom gospodarskih subjekata u Koprivnici (ugostiteljstvo, trgovina, usluge i dr.).

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, napravljen je reprint drugog zajedničkog promotivnog materijala – „Dvorci i dvorci“ . Održano je i nekoliko zajedničkih izuzetno konstruktivnih i smatramo korisnih sastanaka.

TISKANI MATERIJAL

Tijekom 2015. godine Turistička zajednica grada imala je u planu tisak promo materijala koji je u potpunosti i ostvaren. Tiskani su slijedeći materijali:

1. Prospekt „Vodič događanja 2015.“
2. Prospekt „Renesansni festival“

3. Prospekt „Podravski motivi“
4. Plakat „Podravski motivi“
5. Plakat „Renesansni festival“
6. Letak „Podravski motivi“/“Renesansni festival“
7. Program događanja – Podravski motivi
8. Program događanja – Renesansni festival
9. Program događanja – Jagnjedovečka legenda
10. Jumbo plakati

4 SUFINANCIRANJE I POTPORA UDRUGAMA I DRUŠTVIMA

Sufinanciraju se udruge koje participiraju u organizaciji i sudjelovanju u našim aktivnostima.

5 POTICAJI NAŠOJ TURISTIČKOJ ZAJEDNICI

Naši su projekti financirani iz fondova resornog ministarstva, Ministarstva gospodarstva te uobičajeno iz nekoliko programa Hrvatske turističke zajednice, ove godine po prvi puta smo ušli u konkurenciju TOP događanja. 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.

EU PROJEKTI

Projekt EU Four towers s partnerima iz Čakovca i Mađarske (Nagykaniza i Kaposvar) započeli smo 2014. godine, a sam projekt zasnivao se na prekograničnoj kulturnoj i gospodarskoj suradnji kroz platforme turističkih manifestacija.

Promovirano je lokalno obrtništvo, proizvodi te je omogućen direktan plasman proizvoda na turističkim i gospodarskim manifestacijama.

Novcem Europske unije uspjeli smo velikim djelom financirati Renesansni festival dvije godine te Podravske motive 2015. u cijelosti umjesto korištenja novca poreznih obveznika.

2016. godine otvara se CBC program EU u okviru kojega ćemo prijaviti 3 projekta – nastavak projekata Culturevive i Four towers te novi projekt baziran na ostavštini Zrinskih.

6 UVOĐENJE INOVACIJA

6.1 Rekonstrukcija Oružarne:

Slijedom dobivenih prava za upravljanje Oružane i Gradskih bedema, obzirom na dugogodišnji doprinos oživljavanju i popularizaciji istih kroz platforme raznih događanja, Turistička zajednica grada Koprivnice aplicirala je projekt rekonstrukcije Oružane na natječaj HTZ-a.

Dobivena su značajna sredstva za rekonstrukciju poda gdje bi se trebale ugraditi drvene kocke kako bi nekadašnji ulaz u Grad izgledao autentično.

Turistička zajednica grada Koprivnice već dugi niz godina posebnu pozornost pridaje oživljavanju najstarijeg dijela Grada, a najbolji primjer svakako je Renesansni festival.

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 Rasinja, 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.

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 Ministarstvu gospodarstva s izdašnom potporom, ali i u matičnoj Hrvatskoj turističkoj zajednici koja nas je po prvi 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 2015 iznosila samo 11% našeg budžeta.

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

Direktor:

Renato Labazan, prof.