



# **IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KOPRIVNICE ZA 2022. GODINU**

Broj: /2023.  
Koprivnica, 10. veljače 2023.

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD.....</b>	<b>3</b>
<b>2. FINANCIJSKI REZULTAT .....</b>	<b>3</b>
<b>3. AKTIVNOSTI .....</b>	<b>3</b>
<b>4. RELIZACIJA FINANCIJSKOG PLANA.....</b>	<b>19</b>
<b>5. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>20</b>

## UVOD

Prilikom izrade Izvješća o realizaciji Programa rada Turističke zajednice grada Koprivnice za 2022. g. (u daljnjem tekstu Izvješće) polazi se od: članaka 55. i 56. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, članaka 51., 52., 53. i 54. Statuta Turističke zajednice grada Koprivnice, smjernica: Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2027. g., Strategija razvoja turizma grada Koprivnice i okolice do 2025. godine te Metodologija i obveznih uputa za izradu izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada koje je u studenom 2020. godine donijelo Ministarstvo turizma i sporta RH.

Plan poslovanja donesen 2021. godine bio je osnova u provođenju aktivnosti tijekom 2022. godine. Aktivnosti u Turističkoj zajednici bile su podređene osnovnim zadacima koji su određeni Programom rada za 2022., Statutom i zadaćama Turističkih zajednica, a isto tako uvažavane su i smjernice koje smo tokom 2022. g. dobivali od središnjice HTZ-a.

Usprkos nepovoljnim utjecajima poput rastuće stope inflacije, rasta cijena energenata, sveprisutnog rata u Ukrajini, uspjeli smo iznjedriti jedan značajan turistički proizvod koji bi u budućim razdobljima trebao generirati dodatnu turističku potrošnju, a riječ je o vinskoj cesti Podravina.

### Obujam turističkog prometa za 2022. godinu:

#### Ostvaren turistički promet u 2022.:<sup>1</sup>

- broj ostvarenih dolazaka: 9.692
- broj ostvarenih noćenja: 18.431

Osjetno je povećanje obujma turističkog prometa u pogledu turističkih dolazaka i noćenja u odnosu na 2021. što je i bilo za očekivati obzirom na protekle godine ograničenja.

## 1. FINANCIJSKI REZULTAT

Tijekom 2022. godine ostvareno je ukupno **3.014.265,00 kn** prihoda. Kod kalkulacije prihoda uzeti su u obzir slijedeći preduvjeti i okolnosti:

### 1.1. IZVORNI PRIHODI

- očekivani pad osnovice za obračun članarine uslijed mjera HTZ-a i Ministarstva turizma
- TZG KC će voditi kontinuiranu komunikaciju s poreznom upravom, turističkom inspekcijom te GU HTZ-a radi što učinkovitije naplate članarine i turističke pristojbe
- u 2022. se realizirala obveza povrata preplaćene članarine HRT-u u iznosu od 51.000,00 kn
- izvorni prihodi iznose **456.509,00 kn**

### 2.2. PRIHODI IZ PRORAČUNA

- odlukom o proračunu grada Koprivnice za 2022.g. utvrđena je potpore za rad TZG KC u visini **237.000,00 kn** te odlukom o proračunu Koprivničko križevačke županije potpora u

---

<sup>1</sup> Podaci preuzeti iz sustava eVisitor na dan 31.01.2023.

visini **60.000,00 kn**. Prihodi su ostvareni temeljem ugovora s Gradom i Županijom za organizaciju i provedbu aktivnosti koje doprinose turističkom razvoju i unaprjeđenju imidža destinacije. **Ukupno 297.000,00 kn.**

### **2.3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA**

- putem javnih poziva HTZ-a ostvarena je potpora za nedovoljno razvijena područja i kontinent u iznosu od 94.500,00 kn, potpora iz fonda za udružene TZ (projektno udružene) u iznosu od 72.500,00 kn te za TOP događanje Renesansni festival u 70.000,00 kn. Nadalje, potpora Županijske TZ za TOP događanje Renesansni festival ostvarena je u iznosu od 240.000,00 kn što ukupno iznosi **477.000,00 kn.**

### **2.4. PRIHODI IZ EU FONDOVA**

U 2022. nisu zaprimljena sredstava iz EU programa jer su svi projekti završeni. Tijekom 2023. godine planiramo aplicirati na programe Central Europe, Adrion, Interreg Danube, Horizon Europe, Prekogranična suradnja Hrvatska Mađarska i sl. Krajem 2022. krenula je implementacija projekta Digtourism financiranog iz Erasmus + programa.

### **2.5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI**

- generiranje vlastitih prihoda od **806.502,00 kn** prema strukturi odnosi se na prihode od prodaje ulaznica, najma prostora i imovine (štandovi, kućice, scena), partnerskih donacija i sponzorstava, a vezano uz organizaciju manifestacija.

### **2.6. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE**

- sukladno procjeni financijskog rezultata poslovanja tekuće godine, akumulirani preneseni prihod iz prijašnjih razdoblja iznosi **952.482,00 kn.**

### **2.7. OSTALI PRIHODI**

- odnose se na donacije, kamate te ostale nespomenute prihode – **24.772,00 kn**

### 3. AKTIVNOSTI

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKOV MJ. 2022.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>						
<b>1.1. Izrada strateških i operativnih dokumenata</b>						
1.1.1. Analiza stanja turizma kao pretpostavka za izrada Strategije razvoja turizma grada Koprivnice – integrirano u Strategiju razvoja grada Koprivnice	<p>Povezivanje svih turističkih potencijala i resursa (atrakcija) u jedinstvenu turističku ponudu grada Koprivnice, ali i šireg područja, destinacije Podravina. Temelj povezivanja proizlazi iz geografske i povijesne povezanosti te kulturnih, gastronomskih i lingvističkih sličnosti koje ne poznaju administrativno-političke cjeline na koje je regija Podravina trenutno podijeljena. Okosnica turističke Strategije je realizirati kapitalni projekt financiran iz EU fondova, ITU programa koji bi omogućio turistički razvoj, povećanje turističkih noćenja i dolazaka na razini cijele godine (Povijesni park baziran na Renesansnom festivalu).</p> <p>-----</p> <p>Proces je obuhvaćao slijedeće faze: detektiranje postojećeg stanja turizma, uključenost svih partnera u proces analize, jasne smjernice za izradu Strategije razvoja turizma grada Koprivnice</p>	Podizanje kvalitete i povezivanje turističkih proizvoda na području Grada Koprivnice i destinacije Podravina; Turizam 365	<p>Grad Koprivnica</p> <p>TZG KC Institucije, gospodarski subjekti, udruge,...</p>	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <p>Grad Koprivnica</p>	10.-12. mj.	pripremljena nacrt za izradu Strategije razvoja turizma grada Koprivnice

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2022.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1.1.2. Inputi za izradu Strategije razvoja turizma i kulture grada Koprivnice 2021-2027	<p>Kao primarna turistička institucija u Gradu te jedna od najaktivnijih TZ-ova u Hrvatskoj, koja generira neke od najvećih turističkih manifestacija u županiji (Renesansni festival, Božićni srednjovjekovni advent i Podravski motivi), TZGKC preuzima primat u izradi ove Strategije. Cilj je pozicionirati i brandirati Koprivnicu kao grad koprive, postaviti prioritete i mjere za razvoj cjelogodišnjeg turizma – Povijesni park baziran na najboljoj turističkoj manifestaciji Hrvatske – Renesansnom festivalu, revitalizacija bedema....</p> <p>-----</p> <p>Procesi: uključivanje u radne skupine, priprema i dostava traženih inputa i druge aktivnosti prema zahtjevu nositelja i izrađivača</p>	Obavezno uključivanje prioriteta turističkog razvoja grada KC i okolice u Strategiju kao i određene mjere i potrebe, turizam 365	Grad Koprivnica  TZGKC	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <p>Grad Koprivnica</p>	12. mj.	<p>Dokument u izradi,</p> <p>interesi i potrebe razvoja turizma KC i okolice uključeni su u Strategiju</p>

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

### 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

<p>2.1.1. Vino s koprivom i Božićno pivo s koprivom</p>	<p>Obzirom da se grad Koprivnica pozicionira kao Grad koprive, sustavno se svake godine radi na unapređivanju i diverzifikaciji seta suvenira i proizvoda u suradnji sa lokalnim obrtnicima i OPG-ovima. Neki od razvijenih proizvoda su: čokolada i praline na bazi koprive, parfem od koprive, prvo Koprivničko piva od koprive, sapun od kozjeg mlijeka i koprive, gin s koprivom, medenjaci s koprivom i sl.</p> <p>Vino s koprivom, jedinstveni svjetski suvenir razvijen je u suradnji s vinarijom Kostanjevec te će se ove godine nakon prošlogodišnjeg pilot projekta, ove godine serijski proizvoditi u većim količinama.</p> <p>Koprivničko božićno pivo s koprivom razvijeno je za potrebe Srednjovjekovnog božićnog sajma i pokazalo se kao pravi pogodak jer su rasprodane nemale količine istog.</p> <p>U smještajne objekte uvedeni su unificirani izlozi sa suvenirima s koprivom kako bi gosti na jednom mjestu mogli kupiti željene proizvode.</p>	<p>Brandiranje Grada,</p> <p>Formirati službeni suvenir Grada,</p> <p>Sinergija s domaćim proizvođačima i OPG-ovima</p>	<p>TZG KC</p>	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p>	<p>9.-12. mj.</p>	<p>Kreiran suvenir, Prepoznatljivost Grada, Umrežiti javni i privatni interes (gospodarski subjekti), a sve u skladu sa Strategijom razvoja turizma do 2025.</p>
<p>2.1.2. Razvoj novih turističkih proizvoda: <b>Vinska cesta PodraVina</b></p>	<p>U okviru inicijative Skrivena Podravina provedeno je mnoštvo aktivnosti kojima je cilj očuvati kulturni identitet Podravine, a svako najznačajniji projekt je vinska cesta.</p> <p>Novi turistički proizvod s značajnim potencijalom što je pokazala promotivna</p>	<p>Glavni cilj inicijative je biti prisutan i konkurentan na turističkom tržištu cijele godine, zadržati gosta barem dva</p>	<p>TZGKC</p> <p>Udruženi TZ-ovi destinacije „Podravina“ -</p>	<p>94.500,00</p>	<p>10.-12. mj.</p>	<p>Provedba u tijeku;</p> <p>Nova destinacija „Podravina“, Razvoj turističke</p>

	<p>organizacija vinske ture „Galovičevim stezama“ 2021. koja je privukla mnoštvo posjetitelja. Intencija projekta je povezati nekoliko registriranih vinara s područja destinacije „Podravina“ te u suradnji s agencijama kreirati programe i nuditi ih na turističkom tržištu. Uz vinare (OPG Grudić, vinarija Kostanjevec, OPG Šimunić, OPG Grošek, OPG Benkek, OPG Dukši,) bi se u paket aranžman integrirale i druge turističke usluge poput posjete seljačkom domaćinstvu, degustacije bučinog ulja, sireva, naiva, stari zanati, podravska poezija i sl. Cilj projekta je biti aktivan na turističkom tržištu i generirati turističku potrošnju cijele godine. Također otvoreni smo za širenje vinske ceste i na područje Đurđevca (vinarija Matočec) ukoliko njihova lokalna TZ prepoznava perspektivu ovog projekta.</p> <p>Na kraju ćemo dodati kako je <b>vino s koprivom</b>, razvijeno u suradnji s vinarijom Kostanjevec, dobilo zlatni suncokret ruralnog turizma u Opatiji, što je značajno priznanje i pokazatelj da smjer razvoja originalnih i jedinstvenih suvenira s koprivom je pun pogodak i prepoznat od strane struke.</p> <p>-----</p> <p>Provedeno: koordinacija vinara, registracija ceste, izrada web stranice, izrada smeđe signalizacije</p>	<p>dana te samim time povećati turističku potrošnju; podjednaki razvoj cijele destinacije te korelacija s privatnim turističkim i gospodarskim sektorom. Razvoj novih proizvoda i sadržaja u destinaciji Podravina.</p>	<p>TZP Središnja Podravina, Općina Rasinja, općina Virje, općina Novigrad Podravski</p>	<p>TZGKC</p> <p>općina Rasinja, općina Novigrad Podravski</p>		<p>ponude destinacije</p> <p>Podloga za apliciranje na EU fondove</p>
--	--	---	---	---	--	---



NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI KN	ROKOV MJ. 2022.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda</b>						
<b>2.3. Podrška razvoju turističkih događanja</b>						
2.3.1. Organizacija manifestacije – „Podravski motivi“	<p>Tradicionalna kulturna manifestacija Podravski motivi su prošle 2022. ponovno održani u već tradicionalnom jesenskom terminu, ali ovoga puta u Gradskom parku uslijed radova na glavnim trgovima. Jesenska verzija Podravskih motiva bila je obogaćena karakterističnim jesenskim elementima: kostanji, mošt, vrganji i ostali jesenski plodovi što su posjetitelji iznimno dobro prihvatili. Naivno slikarsko bilo je kao i uvijek okosnica manifestacije, uz stare zanate, folklorni program i ostale zabavne sadržaje i podravsku gastronomiju što je sveto zajedno bio jedan pravi podravski mozaik sadržaja. Ovako koncipirana i zaokružena priča sa jesenskim notama pozitivno je prihvaćena od strane posjetitelja, ali i naivnih slikara te ostalih sudionika. Marketinški troškovi i troškovi oglašavanja sadržani su u točki 3.7.</p> <p>Realizacija: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, postavljanje privremene scene na lokaciji događanja (Gradski park), postavljanje štandova, kućica i sl. komunikacija sa sponzorima i partnerima, ugovaranje programa te glazbeno-zabavnih izvođača, koordinacija realizacije, ugovaranje PR aktivnosti, promocija manifestacije i sl.</p>	Jačanje turističke ponude, pozicioniranje Koprivnice kao turističke destinacije, promocija destinacije, edukacija, ekološka održivost, zaštita tradicijskih vrijednosti i folklor, gastronomije te naivnog slikarstva, jačanje gospodarstva i sl.	TZGKC	65.027,98  TZGKC, sponzorstva, donacije, Grad, Županija, Županijska TZ	07. i 10. mj.	Održana manifestacija;  Porast broja noćenja;  PR marketing;  Procijenjena posjećenost;  Procijenjena potrošnja posjetitelja
2.3.2.	Prva manifestacija takvog tipa u Hrvatskoj ! Manifestacija je osmišljena kao dodana vrijednost	Jačanje turističke ponude razvojem novih	TZGKC	153.123,59	12. mj.	Novi turistički proizvod;

<p>Organizacija manifestacije – „Srednjovjekovni božićni sajam“</p>	<p>bazirana na resursima Renesansnog festivala. Prošle je godine organiziran već tradicionalno, po drugi puta i to uz veliki iskorak – održavanje čak 4 vikenda. Koncept sajma baziran je na "domaćem" srednjovjekovnom obrtništvu i prodaji autentičnih proizvoda, radionicama starih zanata, putujućim trgovcima, zabavljačima, vatrenom showu. Manifestacija je brojnim posjetiteljima dočarala adventsko raspoloženje prošlih vremena. Sajam predstavlja drugačiju interpretaciju čarolije Božića u odnosu na konvencionalne moderne advente ponajprije zbog srednjovjekovne scene te autentičnog i originalnog ambijenta (drvene srednjovjekovne kućice, primitivna rasvjeta, fenjeri, svijeće, baklje, vatreni show, srednjovjekovna kupka, Božićno pivo s koprivom, autentična kostimografija, autentična glazba, gastro ponuda i dr.).</p> <p>Marketinški troškovi i troškovi oglašavanja sadržani su u točki 3.7.</p> <p>Koncept: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, izgradnja i postavljanje privremene scene na lokaciji događanja, postavljanje drvenih objekata, palisada, štandova, kućica i sl., komunikacija sa sponzorima i partnerima, ugovaranje programa, koordinacija realizacije, ugovaranje PR aktivnosti, promocija manifestacije i sl.</p>	<p>turističkih proizvoda, nova platforma za turistički i gospodarski razvoj destinacije, novostvorena dodana vrijednost Renesansnom festivalu, edukacija i ekološka održivost</p>		<p>TZGKC , sponzori i partneri</p>		<p>PR marketing;</p> <p>Procijenjena posjećenost;</p> <p>Procijenjena potrošnja posjetitelja,</p>
---	--	---	--	------------------------------------	--	---

<p>2.3.3. <b>Cikloturizam – „Skrivena Podravina“</b></p>	<p>Razvoj cikloturizma na području Grada i šire ušao je u 2022. godini u 2. fazu koja je nakon prvotno provedene Analize stanja uključivala sam razvoj staza, strategiju i koncepciju. Cilj je u što skorijem roku razviti sam proizvod i poduzeti marketinške aktivnosti te infrastrukturno obraditi staze kako bismo se što skorije mogli naći na turističkom tržištu. To su komponente koje ćemo razvijati u 2023.</p>	<p>uključivanje gospodarskih subjekata, razvoj selektivnog oblika turizma</p>	<p>TZGKC</p>	<p>87.000,00</p>	<p>9. mj.</p>	<p>Razvoj proizvoda,  Uključivanje gospodarskih subjekata,  Uključivanje stakeholdera,  Novi turistički proizvod</p>
<p>2.3.5. <b>„Renesansni festival“</b></p>	<p>Renesansni je festival u Koprivnici <b>najomiljeniji je hrvatski srednjovjekovni festival</b> te najbolja manifestacija Hrvatske uopće. Prošle jubilarne, 15. po redu godine održavanja, okupiti će više od tisuću sudionika iz Hrvatske i brojnih drugih država - od <b>Austrije</b>, preko <b>Mađarske</b> i <b>Poljske</b>, <b>Slovenije</b>, <b>Češke</b>, <b>Poljske</b>, <b>Rumunjske</b>, <b>Slovačke</b>, <b>Izraela</b> do <b>Italije</b>. Naravno, posjetitelja je znatno više te ih se prošle godine unatoč vremenskim neprilikama okupilo više od 40 000.  Ovom manifestacijom posjetitelji se vraćaju u 15. i</p>	<p>Očuvanje tradicije, Uključivanje lokalnog stanovništva kao i gospodarskih subjekata, udruga, najbolja manifestacija Hrvatske</p>	<p>TZGKC</p>	<p>798.233,48</p>	<p>12. mj.</p>	<p>PR marketing;  Procijenjena posjećenost;  Procijenjena potrošnja posjetitelja, Najbolja manifestacija Hrvatske,</p>

	<p>16. st., kada su nastale koprivničke renesansne fortifikacije. Na njoj se kao i uvijek mogu vidjeti brojne povijesne likove - mušketire i haramije, vitezove, stare obrtnike, kmetove, gutače vatre, krčmare i druge. Cijeli prostor <b>renesansnih bedema</b> pretvara se u <b>srednjovjekovno naselje</b>, prepuno šatora, kula, opsadnih sprava, logora i kostimiranih stanovnika. Naravno, tu je i nezaobilazna <b>glazbena podloga</b>, kao i bogata <b>gastronomska ponuda</b> temeljena na starim receptima. Tako su se, primjerice, mogli isprobati specijalitete od divljači, kopuna ili koprive, biljke kojoj Koprivnica i duguje svoje ime. Glavna je tema prošlogodišnjeg Festivala bila <b>'Putujući trgovci'</b> gdje je na desetine trgovaca defiliralo prostorom bedema i uprizorilo srednjovjekovno sajmovanje i trgovanje.</p> <p>Uložen je velik trud u autentičnost cijele priredbe, pa je Renesansni festival manifestacija s koje je potpuno uklonjena plastika te posjetitelji jedu i piju iz drvenih i keramičkih posuda. Naravno, napitci i jela također maksimalno prate onodobnu ponudu.</p> <p>Naravno, kao i svake godine, poseban interes izazvao je <b>noćni napad na grad</b>, atraktivna bitka koja se održala u subotu u večernjim satima kao i konjički turnir te show s pticama grabljivicama sva 3 dana. Od atrakcija, vrijedi istaknuti <b>drvenu palisadu</b>, odnosno zid dugačak oko 600 metara, koji okružuje glavninu festivalskog prostora te drveni labirint.</p>					Prodane ulaznice
--	---	--	--	--	--	------------------

	<p>-----</p> <p>Realizacija: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, dogovaranje sudjelovanja sudionika, promocija manifestacije i sl.</p>					
<p>2.3.6. <b>Digtourism</b></p>	<p>Cilj projekta je izraditi akcijski plan baziran prvenstveno na digitalizaciji turističkih resursa i primjerima dobre prakse interpretacije kulturne baštine s naglaskom na ekološku održivost. Konkretno, prema unificiranoj metodologiji na razini projekta, zajedno s stakeholderima i profesionalcima u kulturi i turizmu, kroz zajedničke radionice, razvijati će se ključne potrebe, akcije i modeli digitalizacije u turizmu prema recentnim trendovima.</p> <p>Uz TZ Koprivnice i 2 španjolska partnera, u projektu je još i partner iz Italije.</p> <p>Predviđeno trajanje projekta je 18 mjeseci, a osigurano je 100% financiranje od strane Erasmus+ programa u visini 60.000,00 € na razini projekta.</p> <p>-----</p> <p>Realizacija: implementacija, koordinacija i organizacija aktivnosti, službena putovanja na razini projekta, administrativni poslovi</p>	<p>Očuvanje tradicije, digitalizacija, provedba projekta</p>	<p>TZGKC</p>	<p>1.732,93</p>	<p>11.-12.</p>	<p>Digitalizacija;</p> <p>Provedba projekata;</p> <p>Suradnja sa partnerima i stakeholderima</p>

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2022.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>2.4. Upravljanje turističkom infrastrukturom</b>						
2.4.1. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom – Bedemi i Oružana	<p>Grad Koprivnica dao je Turističkoj zajednici grada Koprivnice na upravljanje prostor Bedema i Oružane. TZGKC na spomenutoj lokaciji organizira TOP manifestaciju Renesansni festival te ostale razne aktivnosti i radionice vezane uz stare zanate i promociju manifestacije i destinacije. Izradili smo projektnu ideju transformiranja i rekonstrukcije najstarije zgrade u Gradu u kulturni i povijesni Koprivin interpretacijski centar s intencijom da se projekt aplicira na EU fondove čime bi se trebao obogatiti i oživjeti ovaj nedovoljno iskorišten prostor pun potencijala.</p> <p>-----</p> <p>Realizacija: upravljanje prostorom, režijski troškovi, priprema podloga za planiranje osnivanja Centra za posjetitelje</p>	Kvalitetno upravljanje navedenom turističkom infrastrukturom te njezin razvoj, ITU mehanizam – mogućnost financiranja.	TZGKC	<p>Troškovi sadržani pod točkom 6.4.</p> <p>TZGKC</p>	1.-12. mj.	<p>Revitalizacija povijesnog prostora;</p> <p>Izrada projektne ideje – Koprivinog interpretacijskog centra za posjetitelje</p> <p>podloga za apliciranje na fondove EU i Javne natječaje</p>
<b>2.5. Podrška turističkoj industriji</b>						
2.5.1. Potpora lokalnim obrtnicima, OPG-ovima i malim proizvođačima –	TZGKC kontinuirano pruža potporu lokalnim malim proizvođačima, obrtnicima i OPG-ovima koji proizvode jedinstvene lokalne proizvode vezane uz koprivu, kulturnu baštinu, tradiciju i sl. TZGKC pruža intelektualni support u smislu davanja ideja,	Razvoj turističkih proizvoda te jačanje destinacije na turističkom tržištu. Pružanje potpore	TZGKC	Troškovi sadržani pod točkom 2.3.	1.-12. mj.	<p>Razvoj novih turističkih proizvoda,</p> <p>Jačanje turističke</p>

intelektualni support	savjeta, promocije, podrška pri izlasku na tržište, edukacije i sl. (neki od provedenih projekata potpore su prethodno navedeni proizvodi od koprive: pivo, praline i čokolada, sapun i sl.). Nadalje, u 2022. nastojali smo spomenutim obrtnicima, starim zanatima, OPG-ovima potpuno besplatno osigurati platforme za promociju i plasman njihovih proizvoda organizirajući manifestaciju Podravski motivi, Renesansni festival, Sajam cvijeća i Srednjovjekovni božićni sajam.	malim proizvođačima.		TZGKC		ponude;  Broj uključenih dionika
-----------------------	---	----------------------	--	-------	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITEL J/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2022.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>						
<b>3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>						
3.1.1. Nastupi na sajmovima	<p><u>Nastupi na sajmovima i manifestacijama:</u></p> <p>U 2022. naša partnerska Udruga Anno domini uz naš support promovirala je turističke potencijale grada Koprivnice, ponajviše Renesansni festival i Podravske motive kroz interaktivne nastupe. Pojavljivali su se na uglavnom povijesnim manifestacijama poput Samobora, Stubice, Šibenika, Pakoštana, Orahovice, Bleda, Ptuja, Lendave, Žužemberk, Domžala, Pakraca, Našica i dr.</p>	Jačanje tržišne prepoznatljivosti turističkih aktivnosti i destinacije; promotivne aktivnosti na domaćim i emitivnim tržištima.	TZGKC	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <p>TZGKC, RTZ KKŽ, Sponzorstva i partneri</p>	1.-12.	<p>Sudjelovanje na sajmovima;</p> <p>Promocija centralnih manifestacija te turističkih potencijala Grada i okolice</p>

				TZGKC , domaćini predavanja		
3.1.2. Posebne prezentacije	Turistička zajednica je tokom 2022. provela niz promotivnih aktivnosti uglavnom bazirane na najboljoj turističkoj manifestaciji Hrvatske – Renesansnom festivalu. RF i kopriva su pronašli svoje mjesto u RTL-ovoj emisiji „Večera za 5“ gdje je koprivnička kandidatkinja prezentirala Grad prema instrukcijama naše TZ. Zatim smo nastavili partnerski odnos s Interfilmom u pogledu snimanja serije „Mrkomir 1“ gdje smo im ustupili scensku infrastrukturu i „renesansne“ statiste. Krajem godine odradili smo u suradnji s turističkom agencijom Alpe Adria tours promotivnu aktivnost living historya za organizatore evenata iz Hrv. baziranu na tematici koprive i Renesansnog festivala. Također smo ugstili i studente geografije uz prezentaciju living history radionica.	Jačanje tržišne prepoznatljivosti turističkih aktivnosti i destinacije; promotivne aktivnosti na domaćim i emitivnim tržištima.	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.	1.-12.	Promocija centralnih manifestacija te turističkih potencijala Grada i okolice
<b>3.2. Suradnja s organizatorima putovanja</b>						
3.2.1. Skrivena Podravina – program radionica starih zanata, living historya	Turistička zajednica grada Koprivnice inicirala je suradnju između udruge Anno domini, udruge Stari zanati iz Hlebina na polju radionica starih zanata. Cilj je bio osmisliti paket aktivnosti, koji bi sadržavao konkretne radionice starih zanata (ispiranje zlata, trstina,...), living history programe poput streličarenja, vatrenog showa. Paket je ponuđen na turističkom tržištu putem tur. agencija u nekoliko varijanti i usmjeren ka školskim grupama, team building segmentu, poslovnjacima, i dr.	Jačanje tržišne prepoznatljivosti turističkih aktivnosti i destinacije; promotivne aktivnosti na domaćim i emitivnim tržištima.	TZGKC Udruga stari zanata, Udruga Anno domini	Troškovi sadržani u točki 6.	8. mj.	Promocija destinacije Podravina; Kreiranje paket aranžmana
<b>3.3. Kreiranje promotivnog materijala</b>						



<p>3.3.1. Produkcija sadržaja za objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama</p>	<p>U skladu sa smjernicama Strategije razvoja turizma Koprivnice i okolice te aktualnim aktivnostima sukladno Programu rada za 2022. kreirali smo tekstualne, fotografske, grafičke i video materijale za potrebe objava na web stranicama Koprivnicatourism.hr i renesansfestival.hr te društvenima mrežama TZGKC i RF.</p> <p>-----</p> <p>Realizacija: objavljivanje, nadzor nad provedbom, kreiranje, dostava i objava potrebnih inputa, admin. i financ. menadžment, komunikacija s zainteresiranim dionicima i javnosti.</p>	<p>Porast kvalitete sadržaja, vidljivosti i prepoznatljivosti turističke destinacije i najznačajnijih turističkih proizvoda na web i web 2.0</p>	<p>TZGKC i komercijalni partneri</p>	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <p>TZGKC</p>	<p>1.-12. mj.</p>	<p>Objave na digitalnim, online platformama;</p> <p>Kreirani sadržaji</p>
<p>3.3.2. Izrada i nabava suvenira i ostalog promidžbenog materijala</p>	<p>Za potrebe poklona medijima, turističkim agentima, poslovnim partnerima, tijelima turističke zajednice, VIP osobama i drugim. Realizacija: suveniri od koprive, glinene krigle, vina i pive s koprivom, i druga pića, muzički CD-i te druge vrste suvenira i promo materijal prema potrebi.</p>	<p>Promocija i jačanje prepoznatljivosti turističke destinacije.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>10.000,00</p> <p>TZGKC</p>	<p>3.-12. mj.</p>	<p>Nabavljeno 300 kom različitih suvenira i promo materijala</p>
<p>3.3.3. Produkcija promo materijala za turističke proizvode</p>	<p>U skladu sa aktivnostima prema Programu rada za 2022. godinu za potrebe komunikacije s tržištem, promotivna događanja, sajmove, distribucije na info punktovima i oglašavanja kreirali su se i tiskali sljedeći promo materijali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalni vodič događanja 2022.</li> <li>- B2 plakati Renesansni festival</li> <li>- Jumbo plakati – Renesansni festival</li> <li>- B2 digitalni plakati – Podravski motivi</li> <li>- Jumbo plakati Podravski motivi</li> <li>- B2 plakati Srednjovjekovni božićni sajam</li> <li>- Jumbo plakati Srednjovjekovni božićni sajam</li> <li>- Smeđa signalizacija – vinska cesta</li> </ul>	<p>Osigurati kvalitetne i reprezentativne tiskane materijale za komunikaciju s tržištem i ciljanom publikom.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>73.719,00</p> <p>TZGKC</p>	<p>1.-12. mj.</p>	<p>Kreiran, tiskan i podijeljen/objavljen promo materijal sukladno planu te epidemiološkim okolnostima</p>

	<p>PodraVina</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promo video: „Srednjovjekovni Božićni sajam“</li> </ul>					
	<p>Realizacija: odabir izvođača za kreiranje i tisak materijala, koordinacija s dionicima, kreiranje i dostava potrebnih inputa, nadzor, komunikacija sa javnosti i ciljanom publikom</p>					
3.3.4. Produkcija video i foto materijala turističkog proizvoda – Srednjovjekovni božićni sajam	<p>Produkcija video materijala za promociju novokreiranog projekta Srednjovjekovnog božićnog sajma – angažiran foto studio.</p> <p>Realizacija: koordinacija aktivnosti s statistima, amatersko snimanje u vlastitom aranžmanu</p>	Osigurati kvalitetne i atraktivne video materijale za komunikaciju s tržištem i promociju manifestacije kroz digitalne kanale – digitalni marketing	TZGKC	2.250,00	11.-12. mj.	Izrađen i distribuiran video materijal Promocija na web stranicama i društvenim mrežama
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2022.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>3.4. Internetske stranice</b>						

3.4.1. Razvoj i održavanje internetskih stranica koprivnicatourism.hr i renesansfestival.hr	Službene web stranice TZ Koprivnice i Renesansnog festivala napravljene su u novijem izdanju programa te zadovoljavaju trenutne potrebe korištenja. Stranice su ažurirane i osvježavane podacima shodno turističkim, kulturnim i društvenim događanjima u Gradu u svrhu informiranja turista. U 2022. pristupilo se izradi nove stranice – Vinska cesta Podravina. ----- Realizacija: objava aktualnih novosti; ažuriranje podataka i korisnih informacija; koordinacija sa izvođačem stranica; komunikacija prema javnosti; povezivanje web stranica sa ostalim digitalnim kanalima	Osigurati sistematizirane, jasne i reprezentativne web stranice TZGKC i RF te ažurno objavljivanje sadržaja i komunikacija sa dionicima i javnosti.	TZGKC	13.640,00  TZGKC	1.-12. mj.	3 službene web stranice
<b>3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>						
3.5.1. Vođenje detaljne baze podataka o ponudi i potražnji	TZGKC kontinuirano obavlja aktivnost prikupljanja, obrade i distribucije podataka o ponudi i potražnji destinacije	Osiguravanje ažurnih podataka za potrebe informiranja i upravljanje destinacijom	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.  TZGKC	1.-12. mj.	Ažurirana baza podataka

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS ZADACI	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI KN IZVORI FINANCIRANJA	ROKOVI MJ. 2022.	POKAZATELJI
<b>3.6. Turističko-informativne aktivnosti</b>						
3.6.1. Upravljanje Turističko	TZGKC se brine o funkcioniranju Turističkog-informativnog centra u kojem je zaposlen 1 informator (uključujući trošak plaće i neoporezive	Osigurati kvalitetan TIC koji posjeduje ažurne informacije te	TZGKC	211.486,00	1.-12. mj.	Izveštaj o radu TIC-a

informativnim centrom	primitke). TIC je kvalitetno opremljen sa svim potrebnim namještajem te IT opremom.	kompetentne zaposlenike.		TZGKC		
<b>3.7. Marketinške i poslovne suradnje</b>						
3.7.1. Aktivnosti oglašavanja aktivnosti i turističkih proizvoda TZGKC – Udruženo oglašavanje	Aktivnosti oglašavanja turističkih proizvoda (Podravski motivi, Renesansni festival, Srednjovjekovni božićni sajam, Sajam cvijeća, kopriva, Skrivena Podravina) Putem raznih komunikacijskih kanala: digitalno oglašavanje (web stranice TZGKC i RF, društvene mreže TZGKC i RF, portali – ePodravina, Drava info, Klikaj.hr, danica.hr), tiskovine (Glas Podravine, Podravski list), radio (radio Koprivnica, radio Drava, radio Glas Podravine), jumbo table u Gradu, Hrvatskoj i inozemstvu (ulazni panoi u grad Koprivnicu, HŠ, PIO, Europlakat, Mediafield, Outdoor akzent) ----- Realizacija: izrada media plana oglašavanja, ugovaranje oglašavanja, kreiranje i dostava potrebnih inputa, koordinacija sa medijima, nadzor provedbe objavljivanja, analiza učinkovitosti oglašavanja	Cilj oglašavanja je pravovremeno i kvalitetno informirati ciljano tržišta o turističkim aktivnostima i proizvodima u gradu Koprivnici i okolici.	TZGKC	195.025,00 TZGKC	1.-12. mj.	Realiziran media plan  Promocija turističkih aktivnosti, proizvoda i destinacije  Analiza učinkovitosti
<b>4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>						
<b>4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor</b>						
4.1.1. Sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor	U skladu sa uputama i zahtjevima HTZ-a TZGKC participira u razvoju i upravljanju sustava eVisitor kao i u brojnim edukacijama. ----- Realizacija: prikupljanje te obrada informacija i	Osiguravanje ažurnih podataka o dolascima i noćenjima te naplati turističke pristojbe kao i pružanje podrške	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6. TZGKC	1.-12. mj.	Ažuran i funkcionalan sustav eVisitor

	podataka, pružanje podrške dionicima, komunikacijski posrednik između sustava eVisitor i dionika	korisnicima sustava eVisitor.				
4.1.2. Uspostavljanje sustava poslovne inteligencije – baze podataka	Razvoj i ažuriranje baze podataka subjekata direktno i indirektno vezanih na turističku ponudu (smještajni kapaciteti, ugostiteljstvo, tur. agencije, ljekarne, trgovine i sl.).	Osiguravanje ažurnih kontakt informacija i podataka svih turističkih dionika na jednom mjestu	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.  TZGKC	1.-12. mj.	Ažurna baza podataka
<b>4.2. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša</b>						
4.2.1. Sudjelovanje u procesima izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja grada Koprivnice i okolice	Realizacija: kontinuirano praćenje izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja u korelaciji s JLS-ima i Zavodom za prostorno planiranje Koprivničko-križevačke županije za prostor Koprivnice, Ministarstvom turizma i sporta te drugim ministarstvima	Osiguranje dugoročnog i kontinuiranog razvoja održivog turizma	TZGKC  JLS	Troškovi sadržani u točki 6.1.  TZGKC	1.-12. mj.	Uključenost turističkih zona i turističke infrastrukture u prostorne planove
4.2.2. Sudjelovanje u aktivnostima uređenja mjesta i suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji	TZGKC kontinuirano surađuje s Gradom Koprivnicom i gradskim komunalnim poduzećem Komunalac d.o.o. na uređenju glavnih gradskih površina u smislu davanja smjernica o uređenju zelenih površina, šetnica i sl. kao i na suradnji sa dionicima javnih usluga, raznih servisa i komunalnih službi.	Kvalitetna prezentacija destinacije, kvalitetna suradnja sa privatnim i javnim sektorom u cilju što kvalitetnije turističke ponude te osiguranja jedinstvenog i sigurnog doživljaja za	TZGKC  JLS, Komunalac d.o.o., razne službe u privatnom i javnom	Troškovi sadržani u točki 6.1.  TZGKC	1.-12. mj.	Koordinacijske aktivnosti  Doživljaj posjetitelja o destinaciji

		svakog posjetitelja.	sektoru			
4.2.3. Dodjeljivanje priznanja za iznimna postignuća i doprinos razvoju turizmu grada Koprivnice	TZGKC će nastaviti tradiciju dodjeljivanja priznanja i financijske nagrade pojedincima za iznimna postignuća i doprinos razvoju turizma grada Koprivnice. Godišnje se dodijele 2 priznanja.	Nagrađivanje i poticanja pojedinaca da se aktivno uključe u razvoj turizma destinacije.	TZGKC	2.600,00	10-12	Dodijeljena 2 priznanja
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKovi MJ. 2022.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>						
TZGKC je član Udruge hrvatskih sajmov.						
<b>6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>						
<b>6.1. Plaće</b>						

6.1.1. Plaće za redovne aktivnosti ureda TZGKC	U uredu TZGKC zaposlen je na neodređeno radno vrijeme: direktor ureda. U ovu stavku su uključene: bruto plaće za redovni rad te naknade u skladu s Pravilnikom o radu. ----- Evidencija radnog vremena, vođenje knjigovodstva, obračun i isplate plaće, ovjeravanje dokumentacije	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada	TZGKC	366.795,00  TZGKC	1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i  Prihvaćen Izvještaj o radu
<b>6.2. Neoporezivi primici</b>						
6.2.1. Neoporezivi primici zaposlenima u uredu TZGKC	U ovu stavku su uključeni neoporezivi primici propisani Zakonom (prijevoz, regres, nagrada, božićnica, topli obrok, dar za dijete) ----- Vođenje knjigovodstva, obračun i isplate neoporezivih primitaka, ovjeravanje dokumentacije	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada	TZGKC	29.324,00  TZGKC	1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i  Prihvaćen Izvještaj o radu
<b>6.3. Dnevnice</b>						
6.3.1. Trošak dnevnica za putovanja u zemlji i inozemstvu	U ovu stavku su uključeni troškovi dnevnica za putovanja zaposlenika TZGKC u sklopu Programa rada 2022. ----- Vođenje evidencija putovanja, vođenje knjigovodstva, obračun i isplate dnevnica i troškova putovanja, ovjeravanje Dokumentacije	Kvalitetno djelovanje TZGKC ostvarivanjem aktivnosti sukladno Programu rada 2022.	TZGKC	15.697,00  TZGKC	1.-12. mj.	Realizacija planiranih aktivnosti  Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i  Prihvaćen Izvještaj o radu

<b>6.4. Materijalni troškovi</b>						
6.4.1. Materijalni troškovi za redovni rad ureda	Troškovi se odnose na režijske troškove, komunalne usluge, sitni inventar, uredska oprema i materijal, troškove platnog prometa, troškovi poštarine, trošak PDV-a, usluge održavanja prostora i prijevoznih sredstava, usluge raznih servisa, usluge reprezentacije, trošak fiksnog telefona, mobitela i interneta, donacije, otpis starih potraživanja, amortizacija i sl.  ----- Realizacija: odabir dobavljača, kontrola isporučenog, administrativni i financijski menadžment, ovjeravanje dokumentacije i vođenje knjigovodstva	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada 2022.	TZGKC	375.173,02	1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i  Prihvaćen Izvještaj o radu
				TZGKC, JLS		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2022.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		

#### **6.5. Tijela turističke zajednice**

6.5.1. Troškovi tijela turističke zajednice	Uključuju troškove reprezentacije i pripreme te distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica  ----- Priprema za knjiženje i vođenje knjigovodstva	Osigurati pravovremeno i efikasno djelovanje tijela turističke zajednice	TZGKC	2.758,00	1.-12. mj.	Prihvaćeno Izvješće o provedbi programa rada
				TZGKC		

#### **7. REZERVA**

Nema rezervacije sredstava. Turističko vijeće prema potrebi može u tijeku godine donijeti odluku o rezervaciji do 5% sredstava i posebnom odlukom odrediti njihovu namjenu.



## **8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE**

U 2022. godini je ostvaren manjak prihoda u visini 436.302,58 koji zajedno s viškom prihoda prenesenih u 2022. iz prethodnih razdoblja u visini 952.482,58 čini ukupno višak prihoda od 516.180,00 kn.

## 4. REALIZACIJA FINANCIJSKOG PLANA

### Izvešće o izvršenju programa rada – Tablični prikaz

		PRIHODI	Plan 2022.	Realizacija 2022.	udio % u realizaciji	indeks realizacija /plan
1.		Izvorni prihodi	555.000,00	456.509,00	20 %	82
	1.1.	Turistička pristojba	80.000,00	61.416,00		
	1.2.	Članarina	475.000,00	395.093,00		
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	263.000,00	297.000,00	11%	112
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	450.000,00	477.000,00	18%	106
4.		Prihodi iz EU fondova	-	-	-	-
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	835.000,00	806.502,00	30%	97
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine (akumulirani iz prijašnjih razdoblja)	250.000,00	952.482,00	20 %	206
7.		Ostali prihodi	150.600,00	24.772,00	1%	16
		<b>SVEUKUPNO</b>	<b>2.503.600,00</b>	<b>3.014.265,00</b>	<b>100%</b>	<b>103</b>

		AKTIVNOSTI	Plan 2022.	Realizacija 2022.	udio % u realizaciji	indeks realizacija /plan
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	65.000,00	-	-	-
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	53.000,00	-	-	-
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	15.000,00	-	-	-
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	7.000,00	-	-	-
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	999.200,00	1.199.617,98	48%	120
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	390.000,00	94.500,00	4%	24
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	15.000,00	-	-	-
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	535.500,00	1.105.117,98	44%	206
	2.4.	Turistička infrastruktura	0	-	-	-
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	58.700,00	-	-	-
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	531.000,00	506.120,00	20%	96
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	55.000,00	-	-	-
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	5.000,00	-	-	-
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	100.000,00	85.969,00	3%	86
	3.4.	Internetske stranice	8.000,00	13.640,00	0,5%	170

	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	2.000,00	-	-	-
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	204.900,00	211.486,00	8,5%	103
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje	264.000,00	195.025,00	8%	74
4.		<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	6.000,00	2.600,00	-	43
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	2.000,00	-	-	
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	4.000,00	2.600,00	-	65
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	-	-	-	-
5.		<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>				
6.		<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	802.400,00	789.747,02	31%	98
	6.1.	Plaće	350.000,00	366.795,00	15%	105
	6.2.	Neoporezivi primici	72.400,00	29.324,00	1%	40
	6.3.	Dnevnice	30.000,00	15.697,00	1%	52
	6.4.	Materijalni troškovi	340.000,00	375.173,02	15%	110
	6.5.	Tijela turističke zajednice	10.000,00	2.758,00	0,5%	27
7.		REZERVA	-	-		
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	-	-		
		<b>SVEUKUPNO 1</b>	<b>2.403.600,00</b>	<b>2.498.085,00</b>	<b>100%</b>	
9.		<b>FONDOVI - posebne namjene</b>				
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	50.000,00	-	-	-
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	50.000,00	-	-	-
		<b>SVEUKUPNO 2</b>	<b>100.000,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL</b>		<b>SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2</b>	<b>2.503.600,00</b>	<b>2.498.058,00</b>	<b>100%</b>	<b>99</b>

## 5. ZAKLJUČAK

Protekla je godina usprkos brojnim ekonomskim izazovima, rat u Ukrajini, globalna inflacija, porast cijena energenata bila izuzetno uspješna. 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.

Nakon dvije godine stanke, održana je najbolja manifestacija Hrvatske, Renesansni festival, po 15. jubilarni puta. Srednjovjekovni Božićni sajam nastavio je svoju tradiciju ovog puta u 4 vikenda održavanja.

Uz navedeno, realizirani su i Podravski motivi, Sajam cvijeća, Mimohod povijesnih postrojbi te brojne promotivne aktivnosti u zemlji i inozemstvu kako bismo domaćem obrtništvu ponudili platforme za plasman svojih proizvoda.

Također u ovdašnjim turbulentnim i neizvjesnim 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.

Sponzorstva i donacije gospodarskih subjekata, sklapanja novih partnerstava vrlo su važni u financiranju, naročito održivom, naših projekata, a nije izvjesno kako će poslovna klima u narednoj godini biti optimalna za pregovore s ulagačima.

Predsjednik

Mišel Jakšić