



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KOPRIVNICE
ZA 2024. GODINU**

Koprivnica, 10. veljače 2025.

SADRŽAJ

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

UVOD

Prilikom izrade Izvješća o realizaciji Programa rada Turističke zajednice grada Koprivnice za 2024. 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 2023. godine bio je osnova u provođenju aktivnosti tijekom 2024. godine. Aktivnosti u Turističkoj zajednici bile su podređene osnovnim zadacima koji su određeni Programom rada za 2024., Statutom i zadaćama Turističkih zajednica, a isto tako uvažavane su i smjernice koje smo tokom 2024. g. dobivali od središnjice HTZ-a. Usprkos nepovoljnim utjecajima poput rastuće stope inflacije, rasta cijena energenata, uspjeli smo ostvariti značajan financijski rezultat koji je produkt uspješnog poslovanja i upravljanja projektima Turističke zajednice grada Koprivnice.

Obujam turističkog prometa za 2024. godinu:

Ostvaren turistički promet u 2024.:¹

- broj ostvarenih dolazaka: 6.484
- broj ostvarenih noćenja: 15.109

U 2024. evidentan je pad broja noćenja i dolazaka u odnosu na 2023. iz razloga što je Hotel Podravina veći dio svojih smještajnih kapaciteta predvidio za ukrajinske izbjeglice.

1. FINANCIJSKI REZULTAT

Tijekom 2024. godine ostvareno je ukupno **721.924,95 €** prihoda. Kod kalkulacije prihoda uzeti su u obzir slijedeći preduvjeti i okolnosti:

1.1. IZVORNI PRIHODI

- TZG KC će voditi kontinuiranu komunikaciju s poreznom upravom, turističkom inspekcijom te GU HTZ-a radi što učinkovitije naplate članarine i turističke pristojbe
- izvorni prihodi iznose **104.740,25 €**

2.2. PRIHODI IZ PRORAČUNA

- odlukom o proračunu grada Koprivnice za 2024. g. utvrđena je potpora za rad TZG KC u visini **207.000,00 €** te odlukom o proračunu Koprivničko križevačke županije potpora u visini **10.964,49 €**. Prihodi su ostvareni temeljem ugovora s Gradom i Županijom za organizaciju i provedbu aktivnosti koje doprinose turističkom razvoju i unaprjeđenju imidža destinacije.
- Ukupno 217.964,49 €.**

¹ Podaci preuzeti iz sustava eVisitor na dan 31.01.2025.

2.3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

- putem javnih poziva HTZ-a ostvarena je potpora za nedovoljno razvijena područja i kontinent u iznosu od 38.685,51 €, potpora iz fonda za udružene TZ (projektno udružene) u iznosu od 10.000,00 € te za TOP događanje Renesansni festival u 55.000,00 €. **Ukupno ostvareno 103.685,51 €.**

2.4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

U 2024. zaprimljena su sredstva temeljem provedbe projekta Digtourism, financiranog iz Erasmus + programa EU u visini **1.616,40 €.**

2.5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI

- generiranje vlastitih prihoda od **174.117,68 €** 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 **110.661,90 €.**

2.7. PRIHODI OD HZZ-a

U 2024. temeljem programa zapošljavanja javnih radova dobivena su sredstva u visini **8.977,56 €**

2.8. OSTALI PRIHODI

- odnose se na donacije, kamate te ostale nespomenute prihode – **161,16 €**

3. AKTIVNOSTI

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2024.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE						
1.1. Izrada strateških i operativnih dokumenata						
1.1.1. Analiza stanja turizma kao pretpostavka za izradu Plana upravljanja destinacijom	<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, Interpretacijski centar EKopriva – EKoprivnica, vinska cesta PodraVina). Strategija se mora, shodno novom Zakonu o turizmu razviti u 2025.</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	TZG KC Institucije, gospodarski subjekti, udruge,...	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <hr/> <p>TZG KC</p>	10.-12. mj.	pripremljen nacrt za izradu Strategije razvoja turizma grada Koprivnice

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2024.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1.1.2. Izrada plana upravljanja destinacijom – skupljanje ponuda	<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 u korelaciji s drugim dionicima daje inpute za izradu Strategije razvoja turizma. 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 Oružane i bedema s Interpretacijskim centrom EKOPriva – EKOPrivnica, vinska cesta PodraVina....</p> <p>-----</p> <p>Procesi: uključivanje u radne skupine, priprema i dostava traženih inputa i druge aktivnosti prema zahtjevu nositelja i izrađivača</p>	<p>Obavezno uključivanje prioriteta turističkog razvoja grada KC i okolice u Strategiju kao i određene mjere i potrebe, turizam 365</p>	TZGKC	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <p>TZGKC</p>	10. - 12. mj.	<p>Prikupljanje ponuda</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. Brandiranje suvenira 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, pronašao je svoje tržište te će se ove godine nakon prošlogodišnjeg ograničenog kontingenta, serijski proizvoditi u većim količinama.</p>	<p>Brandiranje Grada, Formirati službeni suvenir Grada, 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: Vinska cesta PodraVina</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 svake godine pokazuju promotivne vinske ture na potezu vinske ceste PodraVina koje privlače 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</p>	<p>Glavni cilj inicijative je biti prisutan i konkurentan na turističkom tržištu cijele godine, zadržati gosta više od dva dana te samim time povećati turističku potrošnju; podjednaki razvoj cijele destinacije te korelacija s privatnim turističkim i</p>	<p>TZGKC Udruženi TZ-ovi destinacije „Podravina“ - TZP Središnja Podravina, Općina Rasinja, općina Virje, općina Novigrad</p>	<p>2.069,43 €</p>	<p>10.-12. mj.</p>	<p>Provedba u tijeku; Nova destinacija „Podravina“, Razvoj turističke ponude destinacije Podloga za apliciranje na EU fondove</p>

	<p>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 prepoznaju perspektivu ovog projekta.</p> <p>Konkretno, u 2024. je izrađen prometni elaborat, razvijeni su promotivni materijali te će se u proljeće instalirati table smeđe signalizacije.</p> <p>-----</p> <p>Provedeno: koordinacija vinara, registracija ceste, izrada web stranice, izrada smeđe signalizacije, izrada mobilne aplikacije, prometni elaborat</p>	<p>gospodarskim sektorom. Razvoj novih proizvoda i sadržaja u destinaciji Podravina.</p>	<p>Podravski</p>	<p>TZGKC</p> <p>općina Rasinja, općina Novigrad Podravski</p>		
--	--	--	------------------	---	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVIMJ. 2024.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja						
2.3.1.	Tradicionalna kulturna manifestacija Podravski motivi su prošle 2024. ponovno održani u već	Jačanje turističke ponude, pozicioniranje	TZGKC	21.642,47 €	10. mj.	Održana manifestacija;

<p>Organizacija manifestacije – „Podravski motivi“</p>	<p>tradicionalnom jesenskom terminu, ali ponovno na središnjem novoobnovljenom Gradskom trgu. Jesenska verzija Podravske manifestacije 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 zajedno bio jedan pravi podravski mozaik sadržaja. Ovakom 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 (Zrinski trg, 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>	<p>Koprivnice kao turističke destinacije, promocija destinacije, naive, edukacija, ekološka održivost, zaštita tradicijskih vrijednosti i kulturne baštine, folklor, gastronomije te naivnog slikarstva, jačanje gospodarstva i sl.</p>		<p>TZGKC, sponzorstva, donacije, Grad, Županija, Županijska TZ</p>		<p>Porast broja noćenja;</p> <p>PR marketing;</p> <p>Procijenjena posjećenost;</p> <p>Procijenjena potrošnja posjetitelja</p>
<p>2.3.2. Organizacija manifestacije – „Koprivnička bajka“</p>	<p>Provedba Koprivničke bajke u periodu od 06.12.2024. – 07.01.2024. s Klizalištem na Zrinskom trgu. Turistička zajednica grada Koprivnice je u korelaciji s gradom Koprivnicom koordinirala aktivnosti Adventskog sajma, zabavnih programa (koncerata), rada klizališta.</p> <p>Realizacija: implementacija, koordinacija i organizacija aktivnosti, administracija</p>	<p>Jačanje turističke ponude razvojem novih turističkih proizvoda, nova platforma za turistički i gospodarski razvoj destinacije</p>	<p>TZGKC</p>	<p>123.478,68 €</p> <p>TZGKC, Grad Koprivnica</p>	<p>12. mj.</p>	<p>PR marketing;</p> <p>Procijenjena posjećenost;</p> <p>Procijenjena potrošnja posjetitelja</p>

<p>2.3.3. Cikloturizam – „Skrivena Podravina“</p>	<p>Razvoj cikloturizma na području Grada i šire ušao je u 2024. godini u 4. fazu koja je nakon prvotno provedene Analize stanja, razvoja staza, strategije i koncepcije, marketinških aktivnosti i nabave električnih bicikala uglavnom uključivala digitalne aktivnosti poput integriranja digitalnih karata, gpx tragova, web sadržaja te instalaciju info tabli. Cilj je u što skorijem roku razviti sam proizvod te infrastrukturno obraditi staze kako bismo se što skorije mogli naći na turističkom tržištu. To su komponente koje ćemo razvijati u 2025. i aplicirati na Fondove HTZ-a.</p>	<p>uključivanje gospodarskih subjekata, razvoj selektivnog oblika turizma</p>	<p>TZGKC</p>	<p>15.000,00 €</p>	<p>9. mj.</p>	<p>Razvoj proizvoda, Uključivanje gospodarskih subjekata, Uključivanje stakeholdera, Novi turistički proizvod</p>
<p>2.3.5. „Renesansni festival“</p>	<p>Renesansni je festival u Koprivnici najomiljeniji je hrvatski srednjovjekovni festival te najbolja manifestacija Hrvatske uopće. Prošle 17. po redu godine održavanja, festival je okupio više od tisuću sudionika iz Hrvatske i brojnih drugih država – od Austrije, preko Mađarske i Poljske, Slovenije, Češke, Poljske, Francuske, Rumunjske, Slovačke, Izraela do Italije. Naravno, posjetitelja je svake godine sve više te ih se prošle godine okupilo preko</p>	<p>Očuvanje tradicije, Uključivanje lokalnog stanovništva kao i gospodarskih subjekata, udruga, najbolja manifestacija Hrvatske</p>	<p>TZGKC</p>	<p>176.233,79 €</p>	<p>12. mj.</p>	<p>PR marketing; Procijenjena posjećenost; Procijenjena potrošnja posjetitelja, Najbolja</p>

	<p>40 000.</p> <p>Ovom manifestacijom posjetitelji se vraćaju u 15. i 16. st., kada su nastale koprivničke renesansne fortifikacije. Na njoj se kao i uvijek može vidjeti brojne povijesne likove - mušketire i haramije, vitezove, stare obrtnike, kmetove, gutače vatre, krčmare i druge. Cijeli prostor renesansnih bedema pretvara se u srednjovjekovno naselje, prepuno šatora, kula, opsadnih sprava, logora i kostimiranih stanovnika. Naravno, tu je i nezaobilazna glazbena podloga, kao i bogata gastronomska ponuda 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 bili su „Lakrdijaši“, zabavljači i akrobati iz cijele Europe koji su donijeli dašak duhovite vibre i veselih nastupa.</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 noćni napad na grad, 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 drvenu palisadu, odnosno zid dugačak oko 600 metara, koji okružuje glavninu festivalskog prostora te drveni</p>					<p>manifestacija Hrvatske, Prodane ulaznice</p>
--	---	--	--	--	--	---

	<p>labirint.</p> <p>-----</p> <p>Realizacija: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, dogovaranje sudjelovanja sudionika, promocija manifestacije i sl.</p>					
<p>2.3.6. Digtourism</p>	<p>Projekt je uspješno proveden. Cilj projekta je bio 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, razvili smo ključne potrebe, akcije i modele digitalizacije u turizmu prema recentnim trendovima.</p> <p>Uz TZ Koprivnice i 2 španjolska partnera, u projektu je bio i partner iz Italije.</p> <p>Projekt se provodio 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>1.379,81 €</p>	<p>11.-12.</p>	<p>Digitalizacija;</p> <p>Proveden projekt;</p> <p>Suradnja sa partnerima i stakeholderima</p>

2.3.7. Bregfest – wine fest	Manifestacija po prvi puta održana u Koprivnici u lipnju, na otvorenom, u pročelju parka – cilj promocija vinskog turizma. Urbana atmosfera s DJ-om, okupila dvadesetak vinara iz Sjeverne Hrvatske, izuzetno dobro posjećena i prihvaćena od strane publike. Realizacija: implementacija, koordinacija i organizacija aktivnosti, administracija	Vinski turizam, promocija Vinske ceste Podravina	TZKC	2.862,97 €	6.mj.	Provedba projekata; Suradnja sa partnerima i stakeholderima
---------------------------------------	---	--	------	------------	-------	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2024.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
2.4. Upravljanje turističkom infrastrukturom						
2.4.1. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom – Bedemi i Oružana	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 interpretacijski centar EKOpribe - EKOpribe s intencijom da se projekt aplicira na EU fondove čime bi se trebao obogatiti i oživjeti ovaj nedovoljno iskorišten prostor pun potencijala. ----- Realizacija: upravljanje prostorom, režijski troškovi, priprema podloga za planiranje osnivanja Centra za posjetitelje	Kvalitetno upravljanje navedenom turističkom infrastrukturom te njezin razvoj, ITU mehanizam mogućnost financiranja.	TZGKC	13.400,00 € GRAD KOPRIVNICA TZGKC	1.-12. mj.	Revitalizacija povijesnog prostora; Izrada projektne ideje interpretacijskog centra – EKOpribe - EKOpribe podloga za apliciranje na fondove EU i Javne natječaje
2.5. Podrška turističkoj industriji						

2.5.1. Potpora lokalnim obrtnicima, OPG-ovima i malim proizvođačima – intelektualni support	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, 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, gin, sapun, magneti i sl.). Nadalje, u 2024. 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 Koprivničku bajku.	Razvoj turističkih proizvoda te jačanje destinacije na turističkom tržištu. Pružanje potpore malim proizvođačima.	TZGKC	Troškovi sadržani pod točkom 2.3.	1.-12. mj.	Razvoj novih turističkih proizvoda, Jačanje turističke ponude; Broj uključenih dionika
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITEL J/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2024.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE						
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice						
3.1.1. Nastupi na sajmovima	<u>Nastupi na sajmovima i manifestacijama:</u> U 2024. naša partnerska Udruga Anno domini uz naš support promovirala je turističke potencijale grada Koprivnice, ponajviše Renesansni festival i	Jačanje tržišne prepoznatljivosti turističkih aktivnosti i destinacije; promotivne aktivnosti	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.	1.-12.	Sudjelovanje na sajmovima; Promocija centralnih

	Podravske motive kroz interaktivne nastupe. Pojavljivali su se na uglavnom povijesnim manifestacijama poput Samobora, Stubice, Šibenika, Pakoštana, Orahovice, Bleda, Ptuja, Lendave, Žužemberka, Domžala, Pakraca, Našica, Donjeg Miholjca i dr.	na domaćim i emitivnim tržištima.		TZGKC, RTZ KKŽ, Sponzorstva i partneri		manifestacija te turističkih potencijala Grada i okolice
				TZGKC, domaćini predavanja		
3.1.2. Posebne prezentacije	Turistička zajednica je tokom 2024. provela niz promotivnih aktivnosti uglavnom bazirane na najboljoj turističkoj manifestaciji Hrvatske – Renesansnom festivalu. Prema potrebama uprizorene su living history radionice u suradnji s Udrugom Anno domini za organizirane grupe – Erasmus program.	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
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja						
3.2.1. Skrivena Podravina – program living history radionica	Turistička zajednica grada Koprivnice inicirala je u suradnji s udrugom Anno domini program living history programa koji su agencije nudile na turističkom tržištu različitim grupama. Uglavnom je najveći odaziv školskih grupa, konkretno prošle godine prezentacija je odrađena za španjolske učenike u okviru Erasmus programa EU.	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
3.3. Kreiranje promotivnog materijala						
3.3.1. Produkcija sadržaja za objave na mrežnim stranicama i	U skladu sa smjernicama Strategije razvoja turizma Koprivnice i okolice te aktualnim aktivnostima sukladno Programu rada za 2024. kreirali smo tekstualne, fotografske, grafičke i video materijale za potrebe objava na web stranicama Koprivnicatourism.hr i renesansfestival.hr te	Porast kvalitete sadržaja, vidljivosti i prepoznatljivosti turističke destinacije i najznačajnijih turističkih proizvoda	TZGKC i komercijalni partneri	Troškovi sadržani u točki 6.	1.-12. mj.	Objave na digitalnim, online platformama; Kreirani sadržaji

društvenim mrežama	društvenima mrežama TZGKC i RF. ----- Realizacija: objavljivanje, nadzor nad provedbom, kreiranje, dostava i objava potrebnih inputa, admin. i financ. menadžment, komunikacija s zainteresiranim dionicima i javnosti.	na web i web 2.0		TZGKC		
3.3.2. Izrada i nabava suvenira i ostalog promidžbenog materijala	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, magneti i druge vrste suvenira i promo materijal prema potrebi.	Promocija i jačanje prepoznatljivosti turističke destinacije.	TZGKC	1.500,00 € TZGKC	3.-12. mj.	Nabavljeno 300 kom različitih suvenira i promo materijala
3.3.3. Produkcija promo materijala za turističke proizvode	U skladu sa aktivnostima prema Programu rada za 2024. godinu za potrebe komunikacije s tržištem, promotivna događanja, sajmove, distribucije na info punktovima i oglašavanja kreirali su se digitalni i tiskani promo materijali: - Digitalni vodič događanja 2024. - Tiskani B2 plakati Renesansni festival - Digitalni banneri Renesansni festival - Jumbo plakati – Renesansni festival - Digitalni banneri Podravski motivi - Tiskani B2 plakati Podravski motivi - Jumbo plakati Podravski motivi ----- Realizacija: odabir izvođača za kreiranje i tisak materijala, koordinacija s dionicima, kreiranje i dostava potrebnih inputa, nadzor, komunikacija sa javnosti i ciljanom publikom	Osigurati kvalitetne i reprezentativne tiskane materijale za komunikaciju s tržištem i ciljanom publikom.	TZGKC	8.877,25 € TZGKC	1.-12. mj.	Kreiran, tiskan i podijeljen/objavljen promo materijal sukladno planu te

3.3.4. Produkcija video i foto materijala turističkog proizvoda – Renesansni festival	Produkcija video materijala za promociju Renesansnog festivala – angažiran foto studio.	Osigurati kvalitetne i atraktivne video materijale za komunikaciju s tržištem i promociju manifestacije kroz digitalne kanale – digitalni marketing	TZGKC	500,00 €	11.-12. mj.	Izrađen i distribuiran video materijal Promocija na web stranicama i društvenim mrežama
	Realizacija: koordinacija aktivnosti s statistima, amatersko snimanje u vlastitom aranžmanu			TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKovi MJ. 2024.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
3.4. Internetske stranice						
3.4.1. Razvoj i održavanje internetskih stranica koprivnicatourism.hr i renesansnifestival.hr	Službene web stranice TZ Koprivnice i Renesansnog festivala te vinske ceste Podravina 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. ----- Realizacija: objava aktualnih novosti; ažuriranje podataka i korisnih informacija; koordinacija sa	Osigurati sistematizirane, jasne i reprezentativne web stranice TZGKC i RF te ažurno objavljivanje sadržaja i komunikacija sa dionicima i javnosti.	TZGKC	1.382,00 €	1.-12. mj.	3 službene web stranice

	izvođačem stranica; komunikacija prema javnosti; povezivanje web stranica sa ostalim digitalnim kanalima			TZGKC		
3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka						
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	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKovi MJ. 2024.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
3.6. Turističko-informativne aktivnosti						
3.6.1. Upravljanje Turističko informativnim centrom	TZGKC se brine o funkcioniranju Turističkog-informativnog centra u kojem je zaposlen 1 informator (uključujući trošak plaće i neoporezive primitke). TIC je kvalitetno opremljen sa svim potrebnim namještajem te IT opremom.	Osigurati kvalitetan TIC koji posjeduje ažurne informacije te kompetentne zaposlenike.	TZGKC	38.106,00 € TZGKC	1.-12. mj.	Izveštaj o radu TIC-a
3.7. Marketinške i poslovne suradnje						
3.7.1. Aktivnosti oglašavanja turističkih proizvoda	Aktivnosti oglašavanja turističkih proizvoda (Podravski motivi, Renesansni festival, Koprivnička bajka, Vinska cesta Podravina Sajam cvijeća, kopriva, Skrivena Podravina) Putem raznih komunikacijskih kanala: digitalno	Cilj oglašavanja je pravovremeno i kvalitetno informirati ciljane tržišta o turističkim	TZGKC	Troškovi sadržani u stavkama 2.3. TZGKC	1.-12. mj.	Realiziran media plan Promocija turističkih

TZGKC – Udruženo oglašavanje	oglašavanje (nacionalni i regionalni portali), tiskovine (nacionalne i lokalne - Glas Podravine, Podravski list), radio (nacionalni i regionalni radio), jumbo table u Gradu, Hrvatskoj i inozemstvu (ulazni panoji 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	aktivnostima i proizvodima u gradu Koprivnici i okolici.				aktivnosti, proizvoda i destinacije Analiza učinkovitosti
------------------------------	---	--	--	--	--	--

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

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 te korelaciji s pružateljima usluga smještaja. ----- Realizacija: prikupljanje te obrada informacija i podataka, pružanje podrške dionicima, komunikacijski posrednik između sustava eVisitor i dionika	Osiguravanje ažurnih podataka o dolascima i noćenjima te naplata turističke pristojbe kao i pružanje podrške korisnicima sustava eVisitor.	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6. TZGKC	1.-12. mj.	Ažuriran i funkcionalan sustav 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.	Ažurirana baza podataka

4.2. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

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.	1.-12. mj.	Uključenost turističkih zona i turističke infrastrukture u prostorne planove
				TZGKC		
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 svakog posjetitelja.	TZGKC JLS, Komunalac d.o.o., razne službe u privatnom i javnom sektoru	Troškovi sadržani u točki 6.1.	1.-12. mj.	Koordinacijske aktivnosti Doživljaj posjetitelja o destinaciji
				TZGKC		
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 3 priznanja.	Nagrađivanje i poticanja pojedinaca da se aktivno uključe u razvoj turizma destinacije.	TZGKC	500,00 €	10-12	Dodijeljena 3 priznanja
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2024.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA						
TZGKC je član Udruge hrvatskih sajmov.						
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI						
6.1. Plaće						
6.1.1. Plaće za redovne aktivnosti ureda TZGKC	U uredu TZGKC zaposleni su na neodređeno radno vrijeme direktor ureda, na određeno voditelj EU projekata te 4 djelatnika javnih radova na određeno – veći dio godine samo jedan djelatnik. 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	79.546,06 € TZGKC	1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i Prihvaćen Izvještaj o radu
6.2. Neoporezivi primici						

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	5.969,47 € TZGKC	1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i Prihvaćen Izvještaj o radu
6.3. Dnevnice						
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 2024. ----- Vođenje evidencija putovanja, vođenje knjigovodstva, obračun i isplate dnevnica i troškova putovanja, ovjeravanje Dokumentacije	Kvalitetno djelovanje TZGKC ostvarivanjem aktivnosti sukladno Programu rada 2024.	TZGKC	1.945,89 € TZGKC	1.-12. mj.	Realizacija planiranih aktivnosti Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i Prihvaćen Izvještaj o radu
6.4. Materijalni troškovi						
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	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada 2024.	TZGKC	31.776,16 € TZGKC, JLS	1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i Prihvaćen Izvještaj o radu

	isporučenog, administrativni i financijski menadžment, ovjeravanje dokumentacije i vođenje knjigovodstva					
--	--	--	--	--	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKovi MJ. 2024.	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	593,42 € TZGKC	1.-12. mj.	Prihvaćeno Izvješće o provedbi programa rada
--	--	--	-------	-----------------------	------------	--

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

Preneseni višak prihoda iz 2023. godine u 2024. godinu iznosi **110.661,90 eur**, uvećan za višak prihoda ostvaren u 2024. godini u iznosu od **84.499,65 eur**, čini višak prihoda od **195.161,55 eur** koji se prenosi u 2025. godinu.

4. REALIZACIJA FINANCIJSKOG PLANA

Izvešće o izvršenju programa rada – Tablični prikaz

		PRIHODI	Plan 2024.	Realizacija 2024.	udio % u realizaciji	indeks realizacija /plan
1.		Izvorni prihodi	75.000,00 €	104.740,25 €	14 %	139
	1.1.	Turistička pristojba	10.000,00 €	7.249,94 €		
	1.2.	Članarina	65.000,00 €	97.490,31 €		
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	82.000,00 €	217.964,49 €	30,5%	266
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	90.000,00 €	103.685,51 €	14%	115
4.		Prihodi iz EU fondova	4.882,00 €	1.616,40 €	0,5 %	33
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	150.101,81 €	174.117,68 €	24%	116
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine (akumulirani iz prijašnjih razdoblja)	97.016,19 €	110.661,90 €	15,5%	114
7.		Prihodi od HZZ-a – javni radovi	-	8.977,56 €	1%	0
8.		Ostali prihodi	1.000,00 €	161,16 €	0,5%	16
		SVEUKUPNO	500.000,00 €	721.924,95 €	100%	144

		AKTIVNOSTI	Plan 2024.	Realizacija 2024.	udio % u realizaciji	indeks realizacija /plan
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	16.382,00 €	-	-	-
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	12.882,00 €	-	-	-
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	2.000,00 €	-	-	-
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	1.500,00 €	-	-	-
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	286.516,19 €	356.067,15	67,5%	124
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	16.000,00 €	2.069,43	-	-
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	1.000,00 €	-	-	-
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	264.016,19 €	340.597,72	-	-
	2.4.	Turistička infrastruktura	500,00 €	13.400,00	-	-
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	5.000,00 €	-	-	-
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	96.500,00 €	50.365,25	9%	52
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	3.000,00 €	-	-	-
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	2.000,00 €	-	-	-
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	15.000,00 €	10.877,25	-	-
	3.4.	Internetske stranice	1.000,00 €	1.382,00	-	-

	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	500,00 €	-	-	-
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	35.000,00 €	38.106,00	-	-
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje	40.000,00 €		-	-
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	2.000,00 €	500,00	0,5	25
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	500,00 €		-	-
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	1.000,00 €		-	-
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	500,00 €	500,00	-	-
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA				
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	98.601,81 €	119.831,00	23%	121
	6.1.	Plaće	57.000,00 €	79.546,06	-	-
	6.2.	Neoporezivi primici	4.000,00 €	5.969,47	-	-
	6.3.	Dnevnice	7.000,00 €	1.945,89	-	-
	6.4.	Materijalni troškovi	28.601,81 €	31.776,16	-	-
	6.5.	Tijela turističke zajednice	2.000,00 €	593,42	-	-
7.		REZERVA	-	-	-	-
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	-	-	-	-
		SVEUKUPNO 1	500.000,00 €	526.763,40	100%	105
9.		FONDOVI - posebne namjene				
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu			-	-
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica			-	-
		SVEUKUPNO 2			-	-
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	500.000,00 €	526.763,40	100%	105

5. ZAKLJUČAK

Protekla je godina usprkos brojnim ekonomskim izazovima poput globalne inflacije, porasta 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.

Najbolja manifestacija Hrvatske, Renesansni festival prošle godine ostvarila je povijesnu posjećenost i povijesni prihod te opravdala europsku kvalitetu. Iznjedren je novi turistički proizvod wine festa pod nazivom Bregfest te je u sinergiji s gradom Koprivnicom provedena Koprivnička bajka s klizalištem, Adventskim sajmom i zabavnim programima.

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 projekata, naročito održivom, ali nažalost izostala je podrška koja bi realno pratila tržišne trendove rasta cijena.

Predsjednik:
Mišel Jakšić, dipl. oec