



**PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KOPRIVNICE
ZA 2025. GODINU**

Koprivnica, 11. listopada 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD	2
2. PLAN PRIHODA	4
3. PLAN AKTIVNOSTI	1
4. FINANCIJSKI PLAN.....	32
5. ZAKLJUČAK.....	33

1. UVOD

Prilikom planiranja Programa rada Turističke zajednice grada Koprivnice za 2025. g. (u daljnjem tekstu Program) polazi se od: članka 55. i 56. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, članka 51., 52., 53. i 54. Statuta Turističke zajednice grada Koprivnice, smjernica: Strategije razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. g., Strategija razvoja turizma grada Koprivnice i okolice do 2025. godine, te Metodologija i obveznih uputa za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada koje je donijelo Ministarstvo turizma i sporta RH.

Ostvarenje programa rada Turističke zajednice grada Koprivnice u 2025. godini pretpostavlja realizaciju cijelog niza projekata i aktivnosti koji pridonose pozicioniranju Koprivnice kao turističke destinacije.

Dugoročni strateški ciljevi Turističke zajednice grada Koprivnice su:

- kontinuirano organiziranje turističkih manifestacija, osobito TOP manifestaciju na kojoj se može bazirati cjelogodišnji razvoj turizma Grada (povijesni park) - Renesansni festival (2019. proglašena za Turistički događaj godine)
- Formalno udruživanje LTZ-a temeljeno na geografskom - povijesnom području „Podravina“
- unaprjeđenje turističke ponude te poboljšanje boravka turista
- brendiranje koprive kao svjetski jedinstvenog turističkog proizvoda grada Koprivnice
- osnivanje interpretacijskog centra/povijesnog parka na ostacima zemljanih bedema te objekta Oružane u kojem bi se nalazio interpretacijski centar za posjetitelje te centar starih zanata kako bi se omogućila cjelogodišnja kulturna i turistička ponuda (suradnja sa Gradom Koprivnicom te konzervatorskim odjelom)
- Osmišljavanje projekta revitalizacije specifičnih, povijesnih „Podravske kleti“ kojima prijeti nestanak, a od iznimnog su tradicijskog, ali i vizualnog značaja - potaknuti vlasnike starih objekata (većinom su to kleti) na njihovu zaštitu i obnovu u originalnom stilu, ali i pojedince koji planiraju novogradnju. Edukacija vlasnika o tradicijskoj i ambijentalnoj vrijednosti njihovog objekta, uz eventualnu mogućnost davanja potpore pojedincima koji se odluče na obnovu ili izgradnju ovakvog tradicijskog objekta.
- Pokretanje inicijative transparentnosti srednjovjekovnih nalaza u Koprivnici - prije nekoliko godina prilikom obnove Esterove ulice pronađene su hrastove grede kojima je najvjerojatnije bila popločana ulica u vrijeme srednjeg vijeka što je raritetni slučaj u europskim okvirima. Direktor TZ Koprivnica Renato Labazan tada je predložio nadležnima (Muzej i Grad) da se barem jedan dio tog nalazišta ostakli kako bi stanovništvo, a naročito budući posjetitelji mogli vidjeti ovaj zanimljiv i raritetni nalaz. Gotovo u isto vrijeme odvijala se rekonstrukcija prostora crkve Sv. Nikole gdje su pronađeni izuzetno vrijedni temelji srednjovjekovne crkve, koji su također bili zatrpani. U nedostatku povijesnih artefakata ovakvi velebni nalazi imali bi izuzetnu vrijednost u pogledu turističkih atraktivnih kulturnih i povijesnih resursa koji su inače vrlo oskudni u komparaciji s mnogim drugim sredinama u okruženju. U smislu turističke konkurentnosti, njihovo ponovno pojavljivanje na svijetlu dana (ostakljivanje i interpretacija), bilo bi veliki korak naprijed.

- Inicijalni plan sigurne biciklističke trase koja bi povezala Zagreb s Vrbovcem, Križevcima, Koprivnicom i Dravom i to vodenim tokom Koprivnice i Glogovnice. Ta trasa bi u nekoj budućnosti mogla sustavom predvodnica plovno u nižoj kategoriji povezati Savu i Dravu.

- turizam kao pokretač razvoja gospodarstva u cjelini
- osvajanje novih tržišta
- Očuvanje kulturno-povijesne i industrijske baštine
- Očuvanje lokalnog identiteta u uvjetima globalizacije
- Sigurnost za lokalno stanovništvo i za turiste
- zaštita prirodnih resursa

Kratkoročni strateški ciljevi Turističke zajednice grada Koprivnice su:

- daljnja projektna suradnja temeljena na inicijativi „Skrivena Podravina“ inicirana od strane Turističke zajednice grada Koprivnice; razvoj novih turističkih proizvoda i projekata kao pretpostavka za formalno udruživanje područja Podravina

- Vinska cesta Podravina – nastavak aktivnosti razvoja infrastrukture, marketinga, koordinacije s vinarima, osmišljavanje sadržaja te korelacija s turističkim agencijama

- razvoj novih manifestacija i proizvoda

- na temelju uspješno provedenih 7 EU projekata, intencija TZGKC će i u 2025. godini nastaviti aplicirati kulturne i turističke projekte na programe EU (Strateški fondovi, Interreg CBC Mađarska Hrvatska, Horizon Europe, Interreg Danube, Central Europe, Adrion itd.) u vidu nositelja projekta ili projektnog partnera; u suradnji s Gradom povući sredstva iz ITU mehanizma za razvoj kapitalnih turističkih projekata (Povijesni park na Bedemima)

- razvoj digitalnog marketinga, te povezivanje digitalne tehnologije sa kulturnim i baštinskim vrijednostima (koristeći manifestacije u našoj organizaciji kao glavne promotivne platforme – Renesansni festival, Srednjovjekovni božićni sajam, Podravski motivi i sl.) kroz sufinanciranja putem Javnih poziva i programa Europske unije.

Akcijski planovi turističke zajednice temelje se prema strateškim ciljevima i dokumentima zajednice – „Strategija razvoja turizma grada Koprivnice i okolice do 2025.“, Kulturno - turistička strategija grada Koprivnice do 2030. te Strategija razvoja grada Koprivnice do 2030. :

- Strateški ciljevi:

- Ostvarenje konkurentnosti grada Koprivnice i okolice kao turističke destinacije uz rast kvalitete turističke ponude i istovremeni rast blagostanja lokalnog stanovništva;
- Optimalizacija i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi od razvoja turizma uz primjerenu zaštitu okoliša, uvažavajući načela održivog razvoja.

- Operativni ciljevi:

- Implementacija koncepcije razvoja turizma destinacije na način da raspoloživi prirodni i kulturni resursi ostaju sačuvani, uz primjerenu turističku valorizaciju;
- Osiguranje racionalnih temelja za donošenje odluka javnog i/ili privatnog sektora u svezi (turističkog) razvoja destinacije, te stvaranje uvjeta za njihovu efikasnu koordinaciju;
- Ostvarenje preduvjeta za usklađeni razvoj svih čimbenika značajnih za turizam i gospodarski razvoj područja u cjelini – sustavni pristup;

- Ostvarivanje preduvjeta za nove investicije u području turizma i s njim direktno ili indirektno povezanim djelatnostima;
- Formiranje institucionalnog okvira za upravljanje turističkom destinacijom i temelja za stalni monitoring procesa turističkog razvoja – turističko planiranje kao kontinuiran i fleksibilan proces.

Procjena obujma turističkog prometa za 2025. godinu:

Ostvaren turistički promet od Siječnja do Listopada 2024.:¹

- broj ostvarenih dolazaka: 5.106
- broj ostvarenih noćenja: 11.997

Procjena fizičkog obujma turističkog prometa u 2025.:

- povećanje broja dolazaka domaćih turista za 10% te stranih za 20% u odnosu na 2024. g
- povećanje broja noćenja za 20% u odnosu na 2024. godinu

2. PLAN PRIHODA

Tijekom 2025. godine planiraju se ostvariti ukupni prihodi u iznosu od **781.000,00 €**. Kod planiranja prihoda uzeti su u obzir slijedeći preduvjeti i okolnosti:

2.1. 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
- planirani izvorni prihodi iznose 84.000,00 €

2.2. PRIHODI IZ PRORAČUNA

- projekcijom proračuna grada Koprivnice za 2025. g. utvrđena je potpora za rad TZG KC u visini 305.000,00 € te odlukom o proračunu Koprivničko križevačke županije 12.000,00 €; ukupno 317.000,00 €

2.3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

- temeljem pravilnika i javnih poziva HTZ-a za sufinanciranje programa TOP događanja, javnih poziva za udruženo oglašavanje, financiranje projekata iz fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, fonda za udružene turističke zajednice, te potpora Županijske TZ procjenjuju se prihodi u visini 100.000,00 €

2.4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

U 2025. ne očekuju se povrti od EU programa jer je projekt Digtourism financiran iz Erasmus+ programa završen u proljeće ove godine dok se na jesen 2025. očekuje provedba projekta koji se upravo aplicira na program Interreg Mađarska Hrvatska.

¹ Podaci preuzeti iz sustava eVisitor na dan 11.10.2024.

2.5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI

- generiranje vlastitih prihoda od 170.000,00 € prema strukturi odnosi se na prihode od ulaznica, prihode od partnerskih donacija, najma prostora, a sve vezano uz TOP događanje i Najbolju turističku manifestaciju Hrvatske 2019.-2022. - Renesansni festival

2.6. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE

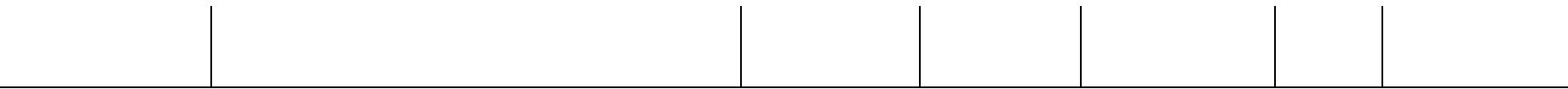
- višak prihoda iz 2024. godine biti će prebačen za poslovanje u 2025.- 100.000,00 €

2.7. OSTALI PRIHODI

- javni radovi – 10.000,00 €

3. PLAN AKTIVNOSTI

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2025.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE						
1.1. Izrada strateških i operativnih dokumenata						
1.1.1. Izrada plana upravljanja turističkom destinacijom 2025. – 2030.	Shodno novom Zakonu o turizmu svaka TZ mora izraditi Plan upravljanja destinacijom što je u našem slučaju ekvivalent Strategiji razvoja turizma grada Koprivnice. ----- Provoditi će se: odabir izrađivača dokumenta, nadziranje procesa izrade, uključivanje i koordinacija dionika, priprema i dostava potrebnih inputa, komuniciranje dokumenta javnosti i zainteresiranim dionicima.	Razvoj turizma u grada Koprivnice, Podizanje kvalitete i povezivanje turističkih proizvoda na području turističke destinacije; umrežavanje javnog i privatnog interesa; valorizacija turističkih potencijala, turizam 365 – priprema i provedba kapitalnih turističkih projekata	TZGKC	13.000,00 €	1-12	izrađen dokument
				TZ		



NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2025.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1.1.2. Uključivanje u proces izrade Strategije razvoja turizma Koprivničko-križevačke županije te Strategije razvoja Grada Koprivnice 2024.-2030.	<p>Kao jedna od glavnih destinacija u Koprivničko-križevačkoj županiji te jedna od najaktivnijih TZ-ova koji generira neke od najvećih turističkih manifestacija u županiji (Renesansni festival i Podravski motivi), TZGKC mora dati adekvatan doprinos izradi ovih Strategija.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se: uključivanje u radne skupine, priprema i dostava traženih inputa i druge aktivnosti prema zahtjevu nositelja i izrađivača</p>	Obavezno uključivanje ciljeva turističkog razvoja grada KC i okolice u Strategije kao i određene mjere i potrebe.	TZKKŽ TZGKC	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <p>-----</p> <p>TZGKC</p>	1-12	<p>izrađen dokumenti,</p> <p>interesi i potrebe razvoja turizma KC i okolice uključeni su u Strategije</p>
1.1.3. Strategija razvoja vinske ceste „PodraVina“	<p>Vinska cesta PodraVina veliki je turistički potencijal Podravine te ćemo u suradnji sa strukom, vinarima i ostalim turističkim dionicima razviti vitalnu Strategiju razvoja i pozicionirati se na turističkom tržištu.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se: odabir izrađivača dokumenta, nadziranje procesa izrade, uključivanje i koordinacija dionika, priprema i dostava potrebnih inputa, komuniciranje dokumenta javnosti i zainteresiranim dionicima.</p>		TZGKC, Vinarije, OPG-i, Smještajni kapaciteti, Ugostitelji, Seljačka domaćinstva	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <p>-----</p> <p>TZKC</p>		Izrađen dokument,

1.1.4. Izrada digitalne marketinške strategije promocije aktivnosti Turističke zajednice grada Koprivnice	S razvojem digitalne tehnologije došlo je do novih oblika oglašavanja i promocije, stoga je potrebno prilagoditi se novim trendovima na tržištu marketinga. Kanali digitalnog marketinga uključuju društvene mreže, elektr. poštu, SEO, mobilni marketing i sl. Uspješno provođenje aktivnosti TZGKC ovise i o uspješnom marketingu. Kako bismo pratili trendove oglašavanja potrebno je izraditi digitalnu marketinšku strategiju u vidu intenziviranja turističkih proizvoda i cjelokupne turističke ponude destinacije. ----- Provoditi će se: odabir izrađivača dokumenta, nadziranje procesa izrade, uključivanje i koordinacija dionika, priprema i dostava potrebnih inputa, komuniciranje dokumenta javnosti i zainteresiranim dionicima	Unaprjeđenje promocije aktivnosti i tur. proizvoda zajednice, poboljšanje plasmana na turističkom tržištu te oglašavanja, bolji uvid u digitalne marketinške aktivnosti s ciljem dopiranja do većeg obujma publike.	TZGKC	1.000,00 €	1-6	izrađen dokument, povećanje kvalitete oglašavanja, bolji plasman na turističkom tržištu, pripremljena podloga za aplikaciju na EU fondove
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI €	ROKovi MJ. 2025.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1.2. Istraživanje i analiza tržišta						

<p>1.2.1. Benchmarking – usporedba Renesansnog festivala sa kulturno-povijesnim manifestacijama na razini Europe</p>	<p>Veličina, kompleksnost i posjećenost TOP manifestacije Renesansni festival dokazala je njezinu europsku razinu. Kako bi što kvalitetnije planirali i organizirali sve aktivnosti i sadržaje manifestacije potrebno je odraditi benchmarking analizu sa sličnim projektima u Europi. Benchmarking analiza uključuje terenski rad te izradu analitičkog dokumenta.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se: odabir subjekta za benchmarking analizu, proces i koordinacija izrade, priprema i dostava potrebnih inputa, komuniciranje dokumenta javnosti i zainteresiranim dionicima.</p>	<p>Ciljevi navedene analize jesu: dobiti uvid u razinu kvalitete i kvantitete sadržaja cjelokupne manifestacije te njezinih posljedica na turistički i gospodarski razvoj destinacije i nacionalne turističke ponude te pronalaženje novih atraktivnih partnera koji će potencijalno dodatno povisiti kvalitetu RF-a.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>2.000,00 €</p> <p>TZGKC</p>	<p>1-12</p>	<p>Pokazatelji razvoja manifestacije RF na razini Europe te podloga za napredak turističke ponude destinacije</p>
--	--	---	--------------	--------------------------------	-------------	---

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

<p>1.3.1. Medijska analiza publiciteta i sponzorstva turističkog proizvoda – Renesansni festival</p>	<p>Procjena publiciteta i medijske prisutnosti turističkog proizvoda - RF te sagledavanje slike koju su javnosti o događaju posredovali mediji te društvene mreže.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se: odabir vanjskog suradnika za prikupljanje, analizu i obradu podataka, nadzor izrade, priprema i dostava inputa, komunikacija rezultata javnosti</p>	<p>Cilj je dobiti podatke koliki je ostvareni publicitet u javnosti te koliko su mediji popratili navedeni događaj kao i koliki je opseg moguće publike. Cilj je također sponzorima predočiti učinke sponzoriranja.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>1.000,00 €</p> <p>TZGKC</p>		<p>Kvalitativna i kvantitativna analiza medijskog oglašavanja te povećanje kvalitete promotivnih aktivnosti.</p>
--	---	---	--------------	--------------------------------	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITEL	TROŠKOVI €	ROKOVI	POKAZATELJI
------------------	------	---------	---------	------------	--------	-------------

	ZADACI		J/ PARTNE RI	IZVORI FINANCIRANJA	MJ. 2025.	
1.3.2. Ispitivanje turista o doživljaju destinacije i manifestacijama (najznačajnije: Renesansni festival i Podravski motivi)	<p>Kako bi dobili što precizniji i kvalitetniji uvid u turističku ponudu i atrakcije destinacije tijekom 2025. godine će se provesti online istraživanje o doživljajima turista tijekom posjeta destinacije Koprivnica. Također ćemo provesti istraživanje o doživljaju posjete naše 2 najznačajnije manifestacije: Renesansni festival i Podravski motivi.</p> <p>Provoditi će se: izrada anketnog upitnika, provođenje istraživanja online i na terenu, obrada rezultata, donošenje zaključaka na temelju obrađenih rezultata.</p>	Uvid u trenutno stanje turista o sadržajima i atraktivnosti u destinaciji te njihovih potreba. Uvid posjetitelja o doživljaju posjećene manifestacije te podloga za razvoj i poboljšanje aktivnosti i sadržaja.	TZGKC	500,00 €	1-12	Izvršeno istraživanje, indikatori trenutnog stanja te kvantitativni i kvalitativni pokazatelji za razvoj doživljaja destinacije i manifestacija.
				TZGKC		
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA						
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda						
2.1.1. Culturevive tour 2	<p>Natječaj programa Interreg Mađarska Hrvatska otvoren je do kraja studenog i trenutno radimo na razvoju i prijavi projekta pod nazivom Culturevive tour. Partneri u projektu biti će 2 udruge iz Županije Zala s mađarske strane te udruga Anno domini i TZ KC. Projekt je u načelu nastavak suradnje i omogućiti će kvalitetniji i održiv razvoj turističkih potencijala našeg Grada.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se: koordinacija aktivnosti, komunikacija s partnerima, komunikacija s JS-om, management projekta, administrativni poslovi</p>	Održivi razvoj turističkih potencijala grada Koprivnice, financijska održivost	TZGKC	43.718,19 €	1-12	Provedba dvogodišnjeg projekta, 80 % financiranje EU
				TZGKC, Interreg HU HR		

<p>2.1.2. Razvoj novih turističkih proizvoda: „Cikloturizam“</p>	<p>Nakon provedene analize trenutnog stanja biciklističkih staza u Gradu i okolici (Ludbreg, Kalnik, Drava, Đurđevac) te razvoja infrastrukture i marketinga, u 2025. nastavljamo s projektom Podravske Bilogore u suradnji s biciklističkim klubom Rotor. Intencija je razviti nekoliko kategorija biciklističkih staza usmjerenih prema različitim segmentima turista te njihovim potrebama i preferencijama – gravel, mtb, cestovni,...Konkretno u 2025. raditi će se na razvoju usluga, povezivanju s drugim turističkim dionicima, označavanju staza te korelaciji s turističkim agencijama te marketingu.</p>	<p>Cilj u 2025. – razvoj i označavanje različitih kategorija biciklističkih staza, marketinška kampanja, korelacija s turističkim agencijama</p>	<p>TZGKC TZP Središnja Podravina</p>	<p>10.000,00 €</p>	<p>1-12</p>	<p>Gotov turistički proizvod</p>
<p>2.1.3. Razvoj novih turističkih proizvoda: destinacija „Podravina“.</p>	<p>Povezivanje svih turističkih potencijala i resursa u jedinstvenu turističku ponudu Podravine (od Ludbrega do Pitomače) na temelju geografske, kulturološke, povijesne, leksikografske i mentalitetne sličnosti inicirano u 2020. od strane TZ Koprivnica. Potpisan sporazum o programskoj i projektnoj suradnji između TZ Koprivnica, TZP Središnja Podravina, općine Rasinja i općine Peteranec. Udruživanjem svih mikroregija u jedinstvenu destinaciju Podravina omogućen je razvoj nove turističke ponude, raznih turističkih sadržaja: vinske ceste, biciklističke staze, kulturne rute, manifestacije, revitalizacija starih zanata, zajednički projekti na domaćem i inozemnom tržištu i sl. Intencija je u 2025. podići suradnju na viši nivo te potaknuti formalno udruživanje kako bismo u budućim razdobljima bili što konkurentniji na turističkom tržištu. Također otvoreni smo za širenje prostora (Ludbreg,</p>	<p>Glavni cilj inicijative je biti prisutan i konkurentan na turističkom tržištu cijele godine, zadržati gosta barem dva dana te samim time povećati turističku potrošnju; podjednaki razvoj cijele destinacije te korelacija s privatnim turističkim i gospodarskim sektorom. Zajednički marketinški nastupi na tržištima, razvoj novih proizvoda i sadržaja u destinaciji Podravina.</p>	<p>TZGKC TZP Središnja Podravina, općina Rasinja i Peteranec</p>	<p>TZGKC, HTZ, Fond za udružene TZ</p>	<p>1-12</p>	<p>Potpisan Sporazum; Nova destinacija „Podravina“, Razvoj turističke ponude destinacije Podloga za apliciranje na EU fondove</p>

	<p>Đurđevac, Pitomača) što je logičan korak jer ukoliko ojača destinacija, samim time ojačati će i ponuda kao i konkurentnost na turističkom tržištu.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se : proces komunikacije te izrade i potpisivanje Sporazuma o projektnom udruživanju sa uključenim TZ-ovima destinacije Podravina, koordinacija daljnjih aktivnosti destinacije Podravina; uspostavljanje radne skupine za strategiju razvoja i promocije destinacije, interna i eksterna komunikacija</p>					
2.1.4. Vinska cesta „PodraVina“	<p>Projekt iniciran 2022. godini od kada je održan niz sastanaka sa potencijalnim dionicima na temelju samog koncepta, radnog vremena, minimalnih tehničkih i sanitarnih uvjeta, usklađenjem Županijskim pravilnikom o vinskih cestama. Stvorena je baza od 6-7 vinara te je na početku bitno ustrojiti vinsku cestu naravno mogućnošću širenja na prostoru Podravine od Ludbrega do Đurđevca. Intencija projekta jest 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, OPG Gudan, vinarija Kostanjevec, vinogradari s područja Virja i Novigrada, OPG Grošek) bi se u paket aranžmana integrirale i druge turističke usluge poput posjete seljačkom domaćinstvu, degustacije bučinog ulja, sireva i sl. Cilj projekta je biti aktivan na turističkom tržištu i generirati turističku potrošnju cijele godine. U 1. fazi projekta proveli smo aktivnosti vezane uz označavanje rute, opremanje i označavanje</p>	<p>Glavni cilj inicijative je biti prisutan i konkurentan na turističkom tržištu cijele godine, povećati turističku potrošnju; spodjednaki razvoj cijele destinacije te korelacija s privatnim turističkim i gospodarskim sektorom. Zajednički marketinški nastupi na tržištima, razvoj novih proizvoda i sadržaja u destinaciji Podravina.</p>	<p>TZGKC i Vinarija Grudić, Vinarija Kostanjevec, OPG Grošek, OPG Gudan, OPG Dukši, Vinarija Benkek</p>	15.000,00 €	1-12	<p>Turistički proizvod „Vinska cesta Podravine“</p> <p>Paket aranžmana turističkih agencija Turizam 365</p> <p>Podloga za apliciranje na EU fondove</p>

	<p>objekata, marketinške aktivnosti. U 2025. godini razvijali bismo proizvod, dodatno označili samu cestu, uspostavili suradnju s turističkim agencijama te stvorili pretpostavke za aplikaciju na EU fondove u smislu financiranja infrastrukture. Svakako bismo organizirali i promotivnu turu za medije i turističke agencije te vinske ture za javnost.</p> <p>Također otvoreni smo za prostorno širenje vinske ceste i na područje Đurđevca (vinarija Matočec) ukoliko njihova lokalna TZ prepozna perspektivu ovog projekta jer projektno udruživanje destinacije „Podravina“ nije podržano u prvom pokušaju.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se : koordinacija vinara i turističkih agencija, osmišljavanje sadržaja, marketinške aktivnosti, studijska tura s medijima, apliciranje na EU fondove</p>					
--	--	--	--	--	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2025.	POKAZATELJI
ZADACI	IZVORI FINANCIRANJA					
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda						

<p>2.2.1. Uspostavljanje oznake izvrsnosti i kvalitete (labeling) restorana – „Koprivina zvjezdica“</p>	<p>Obzirom da je jedna od glavnih aktivnosti TZGKC brendiranje koprive kao jedinstvenog turističkog proizvoda grada Koprivnice, potrebno je razviti sustav označavanja dionika koji aktivno sudjeluju u navedenoj aktivnosti, u ovom slučaju to su restorani odnosno objekti koji pružaju usluge hrane na području grada Koprivnice i okolice. Oznaka izvrsnosti i kvalitete „Koprivina zvjezdica“ označava subjekt koji u svojoj ponudi nudi jela sa/od koprive ujedno pridržavajući se ekološke održivosti koristeći lokalne i domaće namirnice. Također se planira organizirati kulinarska radionica s tematikom koprive kako bismo popularizirali tu biljku te je pozicionirali na jelovnike naših restorana. Navedena aktivnost će se provoditi u suradnji sa Regionalnom TZ Koprivničko-križevačke županije.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se : odabir izvođača oznake, nadzor procesa izrade, priprema i dostava potrebnih inputa, komunikacija s zainteresiranim dionicima, uspostavljanje radne skupine za donošenje oznake kvalitete</p>	<p>Uspostavljanje sustava prepoznatljive kvalitete lokalne gastronomije povezane sa brendom koprive; uspostavljanje ekološke kvalitete te edukacija posjetitelja</p>	<p>TZGKC RTZ KKŽ, Lokalni objekti koji pružaju uslugu pripreme hrane</p>	<p>1.000,00 €</p> <hr/> <p>TZGKC i RTZ KKŽ</p>	<p>1-12</p>	<p>Uspostavljeni standardi kvalitete ekološke održivosti, Izrađena oznaka; Edukacija posjetitelja</p>
<p>2.3. Podrška razvoju turističkih događanja</p>						
<p>2.3.1. Organizacija TOP manifestacije – „Renesansni festival“</p>	<p>Nakon iznimno uspješne provedbe 2024., možemo biti optimistični po pitanju edicije u 2025. godini gdje snaga branda jača i privlači sve više turista iz cijele Hrvatske i inozemstva te producira značajnu turističku potrošnju. Da bismo uspjeli u tome potrebna je simbiozna suradnja s Gradom i</p>	<p>Jačanje turističke ponude, privlačenje turista, razvoj gospodarstva, pozicioniranje Koprivnice kao</p>	<p>TZGKC</p>	<p>185.000,00 €</p> <hr/> <p>TZGKC, HTZ TOP, Grad, sponzorstva, donacije</p>	<p>8</p>	<p>Održana manifestacija; Porast broja noćenja; PR marketing;</p>

	<p>Komunalcem glede pokrivanja operativnih i logističkih troškova poput transporta, montaža, instalacija i sl. jer uslijed sveprisutne inflacije nemamo snage podnijeti taj financijski teret. Koncept manifestacije neće se znatno mijenjati, biti će nadogradnje u pogledu glavne teme koja bi trebala biti bazirana na alkemiji. Od uobičajenih sadržaja biti će tu viteških skupina iz 15 europskih zemalja, domaćih udruga, pojedinaca, obrtnika, starih zanata, Kraljevskih kuhara, piva s koprivom i ostalih prepoznatljivih fragmenata koji manifestaciju čine jedinstvenom i prepoznatljivom u Hrvatskoj i šire. Marketinški troškovi i troškovi oglašavanja sadržani su u točki 3.7.</p> <p>-----</p> <p>Provodit će se: organizacija manifestacije, procjena rizika, administrativni poslovi, logistika, izgradnja i postavljanje privremene scene na lokaciji događanja (Bedemi), postavljanje drvenih objekata, palisada, štandova, kućica i sl. komunikacija sa sponzorima i partnerima, ugovaranje programa te domaćih i inozemnih sudionika, koordinacija realizacije, ugovaranje PR aktivnosti, promocija manifestacije i sl.</p>	<p>turističke destinacije, promocija Koprivnice, regije i Hrvatske, oživljavanje i zaštita baštinskih i kulturoloških vrijednosti kraja, edukacija, ekološka održivost, izlazak na nova tržišta, jačanje suradnje između domaćih i inozemnih dionika, promocija destinacije i Hrvatske na emitivnim tržištima i sl.</p>				<p>Procijenjena posjećenost;</p> <p>Procijenjena potrošnja posjetitelja</p>
<p>2.3.2. Organizacija manifestacije – „Podravski motivi“</p>	<p>Tradicionalna kulturna manifestacija Podravski motivi već se tradicionalno održavaju u jesenskom terminu što je sjajno prihvaćeno od strane publike i posjetitelja. Jesenska edicija sa glavnom temom, koštanja, mošta te ostalih jesenskih blagodati bolje je prihvaćena i od publike i od izlagača tako da ćemo na tom terminu ustrajati i naredne godine kad se osnovni koncept ne bi trebao značajno</p>	<p>Jačanje turističke ponude, pozicioniranje Koprivnice kao turističke destinacije, promocija destinacije, edukacija, ekološka održivost, zaštita tradicijskih vrijednosti,</p>	<p>TZGKC</p>	<p>15.000,00 €</p> <p>TZGKC, HTZ, Grad, sponzorstva, donacije</p> <p>TZGKC, HTZ TOP, Grad,</p>	<p>10</p>	<p>Održana manifestacija;</p> <p>Porast broja noćenja;</p> <p>PR marketing;</p>

	<p>promijeniti. U 2025. svakako se želi privući još više kvalitetnih slikara naive koji bi svojom interakcijom s publikom manifestaciji dali toliko potreban obol u centralnom programskom smislu. Ostali sadržaji uglavnom su sekundarnog karaktera, ali značajan i svako privlačni faktor za posjetitelje (koncerti, mošt, kostanji i druge jesenske blagodati). Manifestacija će se nakon obnove središnjih trgova održavati na istima.</p> <p>Marketinški troškovi i troškovi oglašavanja sadržani su u točki 3.7.</p> <p>Provodit će se: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, postavljanje privremene scene na lokaciji događanja (Zrinski trg), 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>	folklor, gastronomije i naivnog slikarstva, jačanje gospodarstva i sl.		sponzori i partneri		<p>Procijenjena posjećenost;</p> <p>Procijenjena potrošnja posjetitelja</p>
2.3.4. Bregfest – festival vina	<p>Manifestacija koja je u 2024. održana po prvi puta na Zrinskom trgu te je naišla na dobre vibracije i simpatije mnogobrojne publike. Udahnula je urbani duh pročelju gradskog parka uz šarmantnu i intimnu atmosferu, gastronomsku i enološku ponudu te urbanu glazbu. Projekt je bez obzira na 1. izdanje proveden izuzetno uspješno uz veliku posjećenost.</p> <p>Provodit će se: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, koordinacija dionika, promocija manifestacije i sl.</p>	Promocija vinske ceste Podravina,	TZGKC	3.000,00 €	2-3	<p>Održano događanje,</p> <p>Vinari Sjeverne Hrvatske</p> <p>Procjena posjećenosti</p>
				TZGKC i Bregovita Hrvatska		

<p>2.3.5. Organizacija događanja – „Sajam cvijeća i koprive“</p>	<p>Već je postala tradicija da u vrijeme prvosvibanjskih dana cvjećari s područja Županije u našoj organizaciji ukrašavaju, inače neiskorišteni Trg bana J. Jelačića, na zadovoljstvo mnogobrojnih posjetitelja. Manifestacija nema direktni turistički karakter, ali je važna zbog podizanja svijesti građana o uređivanjima mjesta boravka, a na taj način i našeg grada.</p> <p>----- Provodit će se: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, ugovaranje sudionika sajma, promocija manifestacije i sl.</p>	<p>Uključivanje zajednice te podizanje svijesti lokalne zajednice i posjetitelja o uređenju mjesta boravka, podizanje svijesti o ekološkom razvoju; jačanje gospodarskog razvoja, podrška malim proizvođačima, OPG-ovima i obrtima</p>	<p>TZGKC</p>	<p>1.000,00 €</p>	<p>4-5</p>	<p>Održano događanje; Procjena posjećenosti;</p>
<p>2.3.6. Podrška i suorganizacija događanja u organizaciji drugih subjekata</p>	<p>Manifestacije u organizaciji drugih subjekata u kojem TZGKC sudjeluje su:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Ljeto na Zrinskom</u> – Grad Koprivnica 2. <u>Rock live festival</u> – FUNK 3. <u>Proslava Praznika rada</u> – Grad Koprivnica 4. <u>Europski tjedan kretanja</u> – Grad Koprivnica 5. <u>Dan grada</u> – Grad Koprivnica 6. <u>Koprivnička bajka/ Klizalište</u> – Grad Koprivnica 7. <u>Koprivnički fašnik</u> <p>TZGKC navedenim događanjima pruža potporu u smislu tehničke potpore (postavljanje svojih štandova i kućica), organizacijom božićnog sajma, promocije događanja i sl. TZGKC i u budućnosti planira podržavati navedena i nova događanja i manifestacije koje su od značaja za gospodarski i turistički razvoj destinacije.</p>	<p>Pružanje podrške i sudjelovanje u događanjima drugih subjekata s ciljem jačanja turističke ponude te gospodarskog i turističkog pozicioniranja destinacije.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>255.000,00 €</p>	<p>TZGKC, Grad Koprivnica</p>	<p>Podržane manifestacije; Promocija manifestacija i destinacije; Izvještaji o realizaciji</p>

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2025.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
2.4. Upravljanje turističkom infrastrukturom						
2.4.1. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom – Bedemi i Oružana	<p>Grad Koprivnica dala 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. U budućnosti postoji intencija i plan za osnivanjem jedinstvenog Centra za posjetitelje – „Koprivnog centra za posjetitelje“ i „Renesansnog povijesnog parka“ čime bi se obogatio i oživio ovaj nedovoljno iskorišten prostor. U 2025. se otvaraju mogućnosti financiranja projekta kroz ITU mehanizam i Interreg CBC HU HR.</p> <p>Tijekom 2022. - 2025. TZGKC je bila uključena u radnu skupinu grada Koprivnice gdje se inzistiralo na programiranju kapitalnih turističkih projekata ključnih za razvoj turizma – financiranje ITU mehanizmom u partnerskom svojstvu s gradom Koprivnicom.</p> <p>-----</p>	Kvalitetno upravljanje navedenom turističkom infrastrukturom te njezin razvoj.	TZGKC	500,00 €	1-12	<p>Organizacija Renesansnog festivala na lokaciji;</p> <p>Izrađen idejni projekt Centra za posjetitelje;</p> <p>podloga za apliciranje na fondove EU i Javne natječaje</p>
				TZGKC		

	Provoditi će se: upravljanje prostorom, režijski troškovi, priprema podloga za planiranje osnivanja Centra za posjetitelje, pretpostavke za programiranje – ITU mehanizam					
2.5. Podrška turističkoj industriji						
2.5.1. Potpore objektima koji imaju oznaku „Koprivina zvjezdica“	Potpore restoranima koji ponosno nose oznaku kvalitete „Koprivina zvjezdica“ (točka 2.2.1.). Potpora se odnosi na promociju navedenih restorana na našim promotivnim kanalima, omogućavanje ponude svojih proizvoda na nekim od turističkih platformi (manifestacije, sajmovi, inozemni nastupi na događanjima i sajmovima) i sl.	Cilj je pružanje potpore uključenim objektima te privlačenje novih objekata koji bi potencijalno mogli nositi oznaku kvalitete „Koprivina zvjezdica“; edukacija dionika, lokalne zajednice i posjetitelja	TZGKC	1.000,00 €		Jačanje prepoznatljivosti koprive kao jedinstvenog turističkog brenda; Porast restorana sa oznakom kvalitete „Koprivina zvjezdica“
				TZGKC		
2.5.2. Potpora lokalnim obrtnicima, OPG-ovima i malim proizvođačima – intelektualni support	TZGKC će i u 2025. godini nastaviti pružati potporu lokalnim malim proizvođačima, obrtnicima i OPG-ovima te nosiocima oznake kvalitete „Koprivina zvjezdica“ 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, sapun i sl.)	Razvoj turističkih proizvoda te jačanje destinacije na turističkom tržištu. Pružanje potpore malim proizvođačima.	TZGKC	1.000,00 €	1-12	Razvoj novih turističkih proizvoda, Jačanje turističke ponude; Broj uključenih dionika
				TZGKC		

2.5.3. Podrška razvoju programa i sadržaja DMK-u s ciljem povećanja turističke posjećenosti	Operativna potpora destinacijskim menadžment kompanijama (Tur. agencije) u vidu organizacije i logistike – living history programi.	Cilj je privući lokalne DMK na osmišljavanje programa i sadržaja u destinaciji te dovođenje posjetitelja u destinaciju.	TZGKC		1-12	Povećanje posjećenosti i broja noćenja; Povećanje potrošnje posjetitelja
2.5.4. Edukacija tematskih vodiča	TZGKC financirati će edukaciju tematskih turističkih vodiča, jedinstvenih u Hrvatskoj koji će biti certificirani za vođenje turističkih grupa na prostoru, prvenstveno Grada pa i šire. Razmišljamo o povijesnom i etno – kulturnom (tradicionalnom) pristupu – vodič đelat, dama, mušketir kao i vodič Gruntovčan. Sigurni smo da bi ovaj nivo interaktivnosti i inovativnosti svakako utjecao na kvalitetu interpretacije.	Afirmirati lokalno stanovništvo, inovativnost, atraktivnost, interakcija, edukacija	TZGKC	3.000,00 €	1-12	Tematski turistički vodič, edukacija
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITEL J/ PARTNE RI	TROŠKOVI €	ROKovi MJ. 2025.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE						
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice						
3.1.1. Nastupi na sajmovima, samostalno i u koordinaciji sa TZ KKŽ	<p><u>Mogući nastupi na sajmovima i manifestacijama:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Nastup na srednjovjekovnom sajmu u SAMOBORU (ožujak) •Gostovanje na BLEDU, SLOVENIJA (srednjovjekovni sajam – lipanj) •Gostovanje DOMŽALE, SLOVENIJA (izložba proizvoda od slame – lipanj) •Nastup na srednjovjekovnom sajmu u PAKOŠTANIMA (srpanj) •Nastup na povijesnoj manifestaciji u KLISU (srpanj) •Sudjelovanje na manifestaciji Porcijunkulovo u ČAKOVCU (kolovoz) •Nastup na srednjovjekovnoj manifestaciji u RIJECI (rujan) •Srednjovjekovni sajam u ŠIBENIKU – nastup s programom (rujan) <p>Ostali turistički sajmovi u suradnji sa RTZ KKŽ</p>	Jačanje tržišne prepoznatljivosti turističkih aktivnosti i destinacije; promotivne aktivnosti na domaćim i emitivnim tržištima.	TZGKC	2.000,00 €	1-12	Sudjelovanje na barem 6 sajмова;
				TZGKC, RTZ KKŽ, Sponzorstva i partneri		
3.1.2. Znanstvena predavanja na temu Renesansnog festivala	Direktor TZGKC Renato Labazan, autor najbolje manifestacije Hrvatske, Renesansnog festivala, kao predavač svake godine sudjeluje na nekoliko skupova, panela i stručnim predavanjima vezanim uz Renesansni festival usmjerenim ka studentima, obrazovnom sustavu te turističkom	Cilj predavanja jest educirati zainteresiranu publiku o kompleksnosti organizacije i	TZGKC domaćini predavanja	1.000,00 €	1-12	Održana predavanja; Edukacija publike Promocija
				TZGKC, domaćini predavanja		

	<p>sektoru i gospodarstvu.</p> <p>Sve je veći interes struke da se Renesansni festival prezentira kao primjer dobre prakse u raznim gradovima diljem zemlje te za različite profile publike (ekonomija, gospodarstvo, prosvjeta, turistički sektor i sl.)</p>	<p>realizacije koju nosi manifestacija Renesansni festival. Obzirom da se kroz manifestaciju mogu uočiti razni ekonomski, gospodarski, turistički, kulturološki, ekološki i slični aspekti ciljana publika je zaista raznolika.</p>				manifestacije Renesansni festival
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja						
3.2.1. Organizacija studijskog putovanja novinara, predstavnika org. Putovanja i agenata kroz novu Vinsku cestu Podravina	<p>TZGKC u suradnji sa ostalim uključenim zajednicama kroz Sporazum o projektnom udruživanju destinacije Podravina organizirat će studijsko putovanje za novinare i predstavnike organizatora putovanja.</p> <p>Provoditi će se: kreiranje programa studijskog putovanja, koordinacija dionika, izvješćivanje</p>	<p>Cilj je upoznati novinare te org. Putovanja sa svim sadržajima i ponudom koju Vinska cesta pruža kako bi se kvalitetno osmislili turistički aranžmani te promotivne aktivnosti.</p>	<p>TZGKC, TZP Središnja Podravina, općine Rasinja, Virje, Novigrad Podravski</p>	2.000,00 €	6-12	<p>Izveštaj o provedenom studijskom putovanju;</p> <p>Broj sudionika;</p>
3.3. Kreiranje promotivnog materijala						

<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 2025. kreirati će se i izrađivati tekstualni, fotografski, grafički i video materijali za potrebe objava na web stranicama Koprivnicatourism.hr i renesansnifestival.hr te društvenima mrežama TZGKC i RF.</p> <p>Provoditi će se: 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 Komercijalni partneri</p>	<p>1.000,00 €</p> <hr/> <p>TZGKC</p>	<p>1-12</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. Nabaviti će se: suveniri od koprive, glinene krige, vina 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>1.000,00 €</p> <hr/> <p>TZGKC</p>	<p>3-12</p>	<p>Nabavljeno 300 kom različitih suvenira i promo materijala</p>
<p>3.3.3. Produkcija tiskanih promo materijala za turističke proizvode</p>	<p>U skladu sa aktivnostima prema Programu rada za 2025. godinu za potrebe komunikacije s tržištem, promotivna događanja, sajmove, distribucije na info punktovima i oglašavanja kreirat će se i tiskati sljedeći promo materijali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Katalog Renesansni festival - Letak – deplijan Renesansni festival - Letak – deplijan Podravski motivi – digitalni - Jumbo plakati – Renesansni festival - B2 plakati – Renesansni festival – digitalni - Jumbo plakati – Podravski motivi - B2 plakati – Podravski motivi – digitalni - Turistička karta Koprivnice i okolice - Deplijan – kopriva 	<p>Osigurati kvalitetne i atraktivne tiskane materijale za komunikaciju s tržištem i ciljanom publikom.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>10.000,00 €</p> <hr/> <p>TZGKC, HTZ-Top događanja</p>	<p>3-12</p>	<p>Kreiran, tiskan i podijeljen/objavljen promo materijal sukladno planu</p>

	<p>Provoditi će se: 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 materijala turističkog proizvoda – Vinska cesta PodraVina	<p>Promocija novog i perspektivnog turističkog proizvoda Vinske ceste PodraVina pretpostavlja snažne marketinške aktivnosti. Shodno tome jedna od komponenti biti će i snimanje video materijala kako bi se publici kroz razne kanale (digitalni marketing) približila sama ponuda vinske ceste.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se: postupak odabira izvođača za produkciju video materijala, koordinacija s izvođačem, kreiranje i dostava potrebnih inputa, nadzor izvršenja, komunikacija i promocija prema javnosti i ciljanoj publici</p>	<p>Osigurati kvalitetne i atraktivne video materijale za komunikaciju s tržištem i promociju manifestacije kroz digitalne kanale.</p>	TZGKC	<p>TZGKC</p> <p>Troškovi sadržani pod točkom 2.1.4.</p>	7-9	<p>Izrađen i distribuiran video materijal</p>

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE	TROŠKOVI €	ROKOVI	POKAZATELJI
------------------	------	---------	--------	------------	--------	-------------

	ZADACI		LJ/ PARTN ERI	IZVORI FINANCIRANJA	MJ. 2025.	
3.4. Internetske stranice						
3.4.1. Razvoj i održavanje internetskih stranica koprivnicatourism.hr i renesansfestival.hr	S ciljem pružanja točnih, jasnih i pravovremenih podataka i informacija potencijalnim turistima potrebno je ažuriranje sadržaja, praćenje trendova te eventualna nadogradnja sustava. ----- Provoditi će se: objava aktualnih novosti; ažuriranje podataka i korisnih informacija; koordinacija sa izvođačem stranica; komunikacija prema javnosti; povezivanje web stranica sa ostalim digitalnim kanalima	Osigurati atraktivne web stranice TZGKC i RF te ažurno objavljivanje sadržaja i komunikacija sa dionicima i javnosti.	TZGKC	1.000,00 € TZGKC	1-12	2 službene web stranice
3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka						
3.5.1. Vođenje detaljne baze podataka o ponudi i potražnji	TZGKC će nastaviti kontinuiranu 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	Ažurirana baza Podataka
3.5.2. Otkup sadržaja, fotografija i ostalih materijala	TZGKC će nastaviti kontinuiranu aktivnost, izbora, otkupa i distribucije fotografija i video materijala Prema javnosti i ciljnim skupinama po potrebi. Materijali će biti dostupni na službenim online platformi zajednice	Osiguravanje kvalitetnih i atraktivnih fotografskih, video i drugih materijala za promociju destinacije	TZGKC	500,00 € TZGKC	1-12	Otkupljeno desetak promo materijala

NAZIV AKTIVNOST I	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI €	ROKovi MJ. 2025.	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 neoporezivih primanja, jubilarne nagrade). TIC je kvalitetno opremljen sa svim potrebnim namještajem te IT opremom.	Osigurati kvalitetan TIC koji posjeduje ažurne informacije te kompetentne zaposlenike.	TZGKC	37.000,00 €	1-12	Izveštaj o radu TIC-a
				TZGKC		
				TZGKC		
3.7. Marketinške i poslovne suradnje						
3.7.1. Aktivnosti oglašavanja aktivnosti turističkih proizvoda TZGKC	Aktivnosti oglašavanja turističkih proizvoda (Renesansni festival, Podravski motivi, Srednjovjekovni božićni sajam, kopriva) Putem raznih komunikacijskih kanala: digitalno oglašavanje (web stranice TZGKC i RF, društvene mreže TZGKC i RF, portali – ePodravina, Drava info, Klikaj.hr, Index.hr, 24sata, Jutarnji.hr i sl.), tiskovine (Glas Podravine, Podravski list, Večernji list, Jutarnji list), radio (Otvoreni radio, Antena, Radio 101, Radio Kaj, RKC, Radio Drava, HRT 1, HRT2 i sl.), TV (VTV, RTL, Nova TV, HRT 1) na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini; jumbo table u HR (Hrvatske šume, Outdoor Akzent), SLO (Europlakat) i HU (Mediafield). ----- Provoditi će se: izrada media plana, ugovaranje oglašavanja, kreiranje i dostava potrebnih inputa, koordinacija sa medijima, nadzor provedbe	Cilj oglašavanja je pravovremeno i kvalitetno informirati ciljana tržišta o turističkim aktivnostima i proizvodima u gradu Koprivnici i okolici.	TZGKC	40.000,00 €	1-12	Realiziran media plan Promocija turističkih aktivnosti, proizvoda i destinacije Analiza učinkovitosti
				TZGKC, HTZ – Udruženo oglašavanje		

	objavljivanja, analiza učinkovitosti oglašavanja					
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT						
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor						
4.1.1. Sudjelovanje u razvoju upravljanju sustavom eVisitor	U skladu s uputama i zahtjevima HTZ-a TZGKC će sudjelovati u edukacijama važnim za razvoj i upravljanje sustavom eVisitor. ----- Provodit će se: prikupljanje te obrada informacija i podataka, pružanje podrške dionicima, komunikacijski posrednik između sustava eVisitor i dionika	Osiguravanje ažurnih podataka o dolascima i noćenjima te naplati turističke pristojbe kao i pružanje podrške korisnicima sustava eVisitor.	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6. TZGKC	1-12	Ažuran i funkcionalan sustav eVisitor
4.1.2. Uspostavljanje sustava poslovne inteligencije – baze podataka	Razvoj 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	500,00 € TZGKC	1-12	Ažurna baza podataka
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji						
4.2.1. 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 dodijeli 4 priznanja.	Nagrađivanje i poticanje pojedinaca da se aktivno uključe u razvoj turizma destinacije.	TZGKC	1.000,00 € TZGKC	10-12	Dodijeljeno 4 priznanja
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša						
4.3.1. Sudjelovanje u procesima izrade prijedloga općih propisa, prostornog	Provoditi će se kontinuirano praćenje izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja u suradnji s JLS-ima i Zavodom za prostorno planiranje Koprivničko-križevačke županije za prostor Koprivnice, Ministarstvom turizam i sporta	Osiguranje dugoročnog i kontinuiranog razvoja održivog turizma	TZGKC JLS	Troškovi sadržani u točki 6. TZGKC	1-12	Uključenost turističkih zona i turističke infrastrukture u prostorne planove

planiranja te ostalih instrumenata regulacije upravljanja grada Koprivnice i okolice	te drugim ministarstvima.					
4.3.2. Sudjelovanje u aktivnostima uređenja mjesta i suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji	TZGKC će u suradnji s Gradom Koprivnicom i gradskim komunalnim poduzećem Komunalac d.o.o. nastaviti suradnju uređenja glavnih gradskih površina koje se turistički eksploatiraju u smislu davanja smjernica o uređenju zelenih površina, šetnica i sl. Nastavit će se i kontinuirana suradnja sa dionicima javnih usluga, raznih servisa i komunalnih službi.	Kvalitetna prezentacija destinacije, kvalitetna suradnja sa privatnim i JLS, javnim sektorom u cilju što kvalitetnije turističke ponude te usluge u osiguranja jedinstvenog i sigurnog doživljaja za svakog posjetitelja.	TZGKC	500,00 € TZGKC	1-12	Koordinacijske aktivnosti Doživljaj posjetitelja o destinaciji

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKovi MJ. 2025.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA						
TZGKC nije član međunarodnih turističkih organizacija ni srodnih udruženja.						
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI						
6.1. Plaće						
6.1.1. Plaće za	U uredu TZGKC zaposlene su dvije osobe na neodređeno radno vrijeme - direktor ureda i	Osigurati efikasno	TZGKC	86.680,00 €	1-12	Kvalitetno i pravodobno

redovne aktivnosti ureda TZGKC	voditelj EU projekata. U ovu stavku su uključene: bruto plaće za redovni rad, naknade u skladu s Pravilnikom o radu te jubilarna nagrada. ----- Vođenje evidencija radnog vremena, vođenje knjigovodstva, obračun i isplate plaće, ovjeravanje dokumentacije	ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada		TZGKC		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	9.000,00 €	1-12	Kvalitetno pravodobno proveden Program rada i Prihvaćen Izvještaj o radu
				TZGKC		
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 2025. ----- Vođenje evidencija putovanja, vođenje knjigovodstva, obračun i isplate dnevnica i troškova putovanja, ovjeravanje Dokumentacije	Kvalitetno djelovanje TZGKC ostvarivanjem aktivnosti sukladno Programu rada 2025.	TZGKC	7.000,00 €	1-12	Realizacija planiranih aktivnosti Kvalitetno pravodobno proveden Program rada i Prihvaćen Izvještaj o radu
				TZGKC		

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 amortizacije, trošak PDV-a, usluge održavanja prostora i prijevoznih sredstava, usluge raznih servisa, usluge reprezentacije, trošak fiksnog telefona, mobitela i interneta i sl. ----- Provodit će se: odabir dobavljača, kontrola isporučenog, administrativni i financijski menadžment, ovjeravanje dokumentacije i vođenje knjigovodstva	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada	TZGKC	27.101,81 €	1-12	Kvalitetno pravodobno proveden Program rada i Prihvaćen Izvještaj o radu
				TZGKC, JLS		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2025.	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	2.000,00 €	1-12	Prihvaćeno Izvješće 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 2025. godini neće biti ostvaren manjak prihoda.						

4. FINANCIJSKI PLAN

		PRIHODI	Plan za 2025. (u €)	udio %
1.		Izvorni prihodi	84.000,00 €	15
	1.1.	Turistička pristojba	5.000,00 €	
	1.2.	Članarina	79.000,00 €	
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	317.000,00 €	19
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	100.000,00 €	17,5
4.		Prihodi iz EU fondova	0€	0
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	170.000,00 €	29
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	100.000,00 €	17,5
7.		Ostali prihodi	10.000,00 €	2
		SVEUKUPNO	781.000,00 €	100,00

		AKTIVNOSTI	Plan za 2025. (u €)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	17.500,00 €	3
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	14.000,00 €	
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	2.000,00 €	
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	1.500,00 €	
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	534.218,19 €	57
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	68.718,19 €	
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	1.000,00 €	
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	459.000,00 €	
	2.4.	Turistička infrastruktura	500,00 €	
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	5.000,00 €	
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	95.500,00 €	16,5
	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	12.000,00 €	
	3.4.	Internetske stranice	1.000,00 €	
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	500,00 €	
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	37.000,00 €	
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje	40.000,00 €	
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	2.000,00 €	0,5
	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 €	
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0,00	
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	131.781,81 €	23
	6.1.	Plaće	86.680,00 €	
	6.2.	Neoporezivi primici	9.000,00 €	

	6.3.	Dnevnice	7.000,00 €	
	6.4.	Materijalni troškovi	27.101,81 €	
	6.5.	Tijela turističke zajednice	2.000,00 €	
7.		REZERVA	0,00	
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	
		SVEUKUPNO 1	781.000,00 €	100,00

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		100,00

5. ZAKLJUČAK

Kontinuitet opsežnog programa rada Turističke zajednice grada Koprivnice za 2025. godinu, kao i prethodnih godina, nužno će zahtijevati veću sinergiju s Gradom i gradskim institucijama kako bi se održao trenutni standard koji je na visokom nivou te osigurala prijeko potrebna kapitalna ulaganja u cjelogodišnji turizam.

Potrebno je fokusirati aktivnosti na dosadašnje projekte kako bi se izbjegla suvišna širina sadržaja, stoga dosadašnje i onako velike projekte potrebno je u budućnosti „brusiti“ i dorađivati te što bolje marketinški prezentirati kako bi se plasirali na sve zahtjevnijem turističkom tržištu.

Turistička zajednica bi trebala biti savjetnik i koordinator ostalim turističkim subjektima koji razvijaju turističke proizvode te subjekte koji ih prodaju kako bi se turizam, kao gospodarska djelatnost sustavno i planski razvijao u našem arealu.

Bez obzira na neizvjesna ratna zbivanja, inflatorne turbulencije, evidentne probleme, poslovnu kompleksnost i sve ono što se veže uz aktivnosti Turističke zajednice grada Koprivnice u konačnici bi naša nastojanja trebala rezultirati **STVARANJEM SVE ATRAKTIVNIJEG TURISTIČKOG PROIZVODA I JAČANJEM BRENDA GRADA KOPRIVNICE.**

Predsjednik:
Mišel Jakšić, dipl. oec