



**PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KOPRIVNICE
ZA 2026. GODINU**

Broj: 69/2025.
Koprivnica, 29. prosinca 2025.

SADRŽAJ

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

UVOD

Prilikom planiranja Programa rada Turističke zajednice grada Koprivnice za 2026. godinu (u daljnjem tekstu Program) 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 održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine, Strategije razvoja turizma grada Koprivnice i okolice do 2030. godine te Metodologije 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 2026. 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 manifestacije na kojoj se može bazirati cjelogodišnji razvoj turizma Grada (povijesni park) - Renesansni festival (2019. proglašena za Turistički događaj godine)
- razvoj novih manifestacija i proizvoda
- formalno udruživanje LTZ-a temeljeno na geografsko-povijesnom području „Podravina“
- unaprijeđenje turističke ponude te poboljšanje boravka turista
- brendiranje koprive kao 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 s gradom Koprivnica te konzervatorskim odjelom)

Kratkoročni strateški ciljevi Turističke zajednice grada Koprivnice su:

- digitalna transformacija i jedinstvena strategija pristupa na tržište
- povezivanje digitalne tehnologije sa kulturnim i baštinskim vrijednostima (koristeći manifestacije u našoj organizaciji kao glavne promotivne platforme – Renesansni festival, Podravski motivi i sl.) kroz sufinanciranja putem Javnih poziva i programa Europske unije
- 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
- na temelju uspješno provedenih sedam EU projekata, intencija TZGKC je i u 2026. 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)

Akcijski planovi turističke zajednice temelje se prema strateškim ciljevima i dokumentima zajednice – „Strategija razvoja turizma grada Koprivnice i okolice do 2030.“, „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;
- Optimizacija 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 (in)direktno 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 2026. godinu:

Ostvaren turistički promet od siječnja do prosinca 2025.:¹

- broj ostvarenih dolazaka: 6.978
- broj ostvarenih noćenja: 15.206

Procjena fizičkog obujma turističkog prometa u 2026.:

- povećanje broja dolazaka domaćih turista za 10% te stranih za 20% u odnosu na 2025. godinu
- povećanje broja noćenja za 20% u odnosu na 2025. godinu

PLAN PRIHODA

Tijekom 2026. godine planiraju se ostvariti ukupni prihodi u iznosu od **980.100,00 €**. Kod planiranja prihoda uzeti su u obzir sljedeći preduvjeti i okolnosti:

2.1. IZVORNI PRIHODI

- TZGKC 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 85.000,00 €

¹ Podaci preuzeti iz sustava eVisitor na dan 23.12.2025.

2.2. PRIHODI IZ PRORAČUNA

- projekcijom proračuna grada Koprivnice za 2026. godinu utvrđena je potpora za rad TZG KC u visini 500.000,00 € te odlukom o proračunu Koprivničko-križevačke županije 20.000,00 €; ukupno 520.000,00 €

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 RTZKKŽ procjenjuju se prihodi u visini 215.000,00 €

2.4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

- praćenje programa EU s mjerama vezanim uz turizam te aplikacije projekata.

2.5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI

- generiranje vlastitih prihoda od 100.000,00 € prema strukturi odnosi se na prihode od partnerskih donacija, najma prostora, a sve vezano uz događanja koja će se organizirati u 2026. godini

2.6. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE

- višak prihoda iz 2025. godine bit će prebačen za poslovanje u 2026.- 50.000,00 €

2.7. OSTALI PRIHODI

- javni radovi – 10.100,00 €

PLAN AKTIVNOSTI

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2026.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE						
1.1. <i>Izrada strateških i operativnih dokumenata</i>						

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOV I MJ. 2026.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1.1.1. Strategija razvoja vinske ceste „PodraVina“	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.		TZGKC, vinarije, OPG-i, smještajni kapaciteti, ugostitelji, seljačka domaćinstva	1.000,00 €		Izrađen dokument
	----- Provodit će se: odabir izrađivača dokumenta, nadziranje procesa izrade, uključivanje i koordinacija dionika, priprema i dostava potrebnih inputa, komuniciranje dokumenta javnosti i zainteresiranim dionicima.			TZGKC		

1.1.2. Izrada digitalne marketinške strategije promocije aktivnosti Turističke zajednice grada Koprivnice	S razvojem digitalne tehnologije potrebno je prilagoditi se novim trendovima na tržištu, ponajprije kroz prisustvo na online platformama. 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. ----- Provođen će se: odabir izrađivača dokumenta, nadziranje procesa izrade, uključivanje i koordinacija dionika, priprema i dostava potrebnih inputa, komuniciranje dokumenta javnosti i zainteresiranim dionicima	Unaprijeđenje promocije aktivnosti i tur. proizvoda zajednice, poboljšanje plasmana na turističkom tržištu te tržištu oglašavanja, bolji uvid u digitalne marketinške aktivnosti s ciljem dopiranja do većeg obujma publike.	TZGKC	5.000,00 €	1.-6.	Izrađen dokument, targetirano oglašavanje, bolji plasman na turističkom tržištu, pripremljena podloga za aplikaciju na EU fondove
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ / PARTNER I	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2026.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1.2. Istraživanje i analiza tržišta						

1.2.1. Benchmarking – usporedba Renesansnog festivala s kulturno-povijesnim manifestacijama na razini Europe	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. ----- Provoditi će se: odabir subjekta za benchmarking analizu, proces i koordinacija izrade, priprema i dostava potrebnih inputa, komuniciranje dokumenta javnosti i zainteresiranim dionicima.	Ciljevi navedene analize jesu: dobiti uvid u razinu kvalitete i kvantitete sadržaja cjelokupne manifestacije te njezinog utjecaja na turistički i gospodarski razvoj destinacije i nacionalne turističke ponude te pronalaženje novih atraktivnih partnera koji će potencijalno dodatno povećati kvalitetu RF-a.	TZGKC	2.000,00 € TZGKC	1-.12.	Pokazatelji razvoja manifestacije RF na razini Europe te podloga za napredak turističke ponude destinacije
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti						
1.3.1. Medijska analiza publiciteta i sponzorstva turističkih proizvoda	Procjena publiciteta i medijske prisutnosti turističkih proizvoda te sagledavanje slike koju su javnosti o događanjima posredovali mediji te društvene mreže. ----- Provodit će se: odabir vanjskog suradnika za prikupljanje, analizu i obradu podataka, nadzor izrade, priprema i dostava materijala, komunikacija rezultata javnosti.	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.	TZGKC	1.000,00 € TZGKC		Kvalitativna i kvantitativna analiza medijskog oglašavanja te povećanje kvalitete promotivnih aktivnosti.

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/	TROŠKOVI €	ROKOVI	POKAZATELJI
------------------	------	---------	-----------	------------	--------	-------------

	ZADACI		PARTNERI	IZVORI FINANCIRANJA	MJ. 2026.	
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 2026. godine će se provesti online istraživanje o doživljajima turista tijekom posjeta destinaciji Koprivnica. Također ćemo provesti istraživanje o doživljaju posjete naše dvije najznačajnije manifestacije: Renesansni festival i Podravski motivi.</p> <p>Provodit 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. Razvoj novih turističkih proizvoda: „Cikloturizam“	<p>Nakon provedene analize stanja biciklističkih staza u Gradu i okolici (Ludbreg, Kalnik, Drava, Đurđevac) te razvoja infrastrukture i marketinga, u 2026. 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.</p> <p>U 2026. će se raditi na razvoju usluga, povezivanju s drugim turističkim dionicima te označavanju staza, izradi digitalnih marketinških materijala te korelaciji s turističkim agencijama.</p>	Razvoj i označavanje različitih kategorija biciklističkih staza, marketinška kampanja, korelacija s turističkim agencijama.	TZGKC TZP Središnja Podravina	15.000,00 €	1.-12.	Gotov turistički proizvod
				TZGKC, HTZ, TZ područja Središnja Podravina, Fond za udružene TZ		

<p>2.1.2. 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. Projekt je iniciran u 2020. od strane TZ Koprivnica te je 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, revitalizacije starih zanata, zajedničkih projekata na domaćem i inozemnom tržištu. Intencija je u 2026. podići suradnju na višu razinu te potaknuti formalno udruživanje kako bismo u budućim razdobljima bili što konkurentniji na turističkom tržištu. Također, otvoreni smo za širenje suradnje na dosad nepokrivene područja u projektu (Ludbreg, Đurđevac, Pitomača) kao logičan iskorak jer ukoliko ojača destinacija, samim time ojačati će i ponuda kao i konkurentnost na turističkom tržištu.</p> <p>-----</p> <p>Provodit će se: proces komunikacije te izrade i potpisivanje Sporazuma o projektnom udruživanju s uključenim TZ-ovima destinacije Podravina, koordinacija daljnjih aktivnosti destinacije Podravina; uspostavljanje radne skupine za strategiju razvoja i promocije destinacije, interna i eksterna komunikacija</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</p>	<p>TZGKC; TZP Središnja Podravina</p>	<p>1.-12.</p>	<p>Potpisan Sporazum; Nova destinacija „Podravina“, Razvoj turističke ponude destinacije Podloga za apliciranje na EU fondove</p>
--	---	--	--	---	---------------	---

<p>2.1.3. Vinska cesta „PodraVina“</p>	<p>Projekt iniciran 2022. godini. Zasad je stvorena baza od šest vinara. Intencija projekta je povezati registrirane vinare 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 aranžman 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 prijašnjim fazama projekta proveli smo aktivnosti vezane uz označavanje rute, opremanje i označavanje objekata, marketinške aktivnosti. U 2026. 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. Otvoreni smo za prostorno širenje vinske ceste i na područje Đurđevca (vinarija Matočec) ukoliko njihova lokalna TZ prepozna perspektivu ovog projekta. Intencija je povezati Vinsku cestu s biciklističkim stazama „Skrivene Podravine“ kako bi se turistima ponudila sadržajna nadogradnja, odnosno dodatni sadržaji.</p> <p>----- Provodit će se: koordinacija vinara i turističkih agencija, osmišljavanje sadržaja, marketinške</p>	<p>Glavni cilj inicijative je biti prisutan i konkurentan na turističkom tržištu cijele godine, 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 Vinarija Grudić, Vinarija Kostanjevec, OPG Grošek, OPG Gudan, OPG Dukši, Vinarija Benkek</p>	<p>10.000,00 €</p> <hr/> <p>TZGKC, Fond za udružene TZ</p>	<p>1-12</p>	<p>Turistički proizvod „Vinska cesta Podravine“ Paket aranžmani turističkih agencija Turizam 365</p> <p>Podloga za apliciranje na EU fondove</p>
--	--	--	---	--	-------------	--

	aktivnosti, studijska tura s medijima, apliciranje na EU fondove					
--	--	--	--	--	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ / PARTNER I	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2026.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda						
2.2.1. Uspostavljanje oznake izvrsnosti i kvalitete (labeling) cikloturizma – „Skrivena Podravina“	Obzirom da je jedna od glavnih aktivnosti TZGKC brendiranje cikloturizma kao jedinstvenog turističkog proizvoda grada Koprivnice, potrebno je razviti sustav označavanja dionika koji aktivno sudjeluju u navedenoj aktivnosti, u ovom slučaju to su ugostiteljski objekti i ciklovodiči na području grada Koprivnice i okolice. Oznaka izvrsnosti i kvalitete „Skrivena Podravina“ označava subjekt koji u svojoj ponudi nudi standarde koji osiguravaju cikloturistima pohranu bicikla, servis i sl.	Uspostavljanje sustava prepoznatljive kvalitete bike and bed objekata te ciklovodiča; uspostavljanje ekološke kvalitete te edukacija posjetitelja	TZGKC RTZ KKŽ, Lokalni objekti koji pružaju uslugu pripreme hrane	4.000,00 €	1.-12.	Izrađena oznaka; Edukacija posjetitelja

	<p>Navedena aktivnost će se provoditi u suradnji s Regionalnom TZ Koprivničko-križevačke županije.</p> <p>-----</p> <p>Provodit će se: odabir izvođača oznake, nadzor procesa izrade, priprema i dostava potrebnih materijala, komunikacija sa zainteresiranim dionicima, uspostavljanje radne skupine za donošenje oznake kvalitete.</p>			TZGKC i RTZ KKŽ		
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja						
2.3.1. Organizacija TOP manifestacije – „Renesansni festival“	<p>Renesansni festival je najprepoznatljiviji proizvod TZGKC, a podizanje kvalitete u narednom razdoblju podrazumijeva suradnju s Gradom, Županijom, Regionalnom TZ i Komunalcem kroz pokrivanje operativnih i logističkih troškova poput transporta, montaža, instalacija, skladištenja i sl.</p> <p>Koncept manifestacije nadogradit će se u pogledu proširenja sadržaja u centar Grada u smislu večernjih zabavnih programa kako bi se goste, turiste i lokalno stanovništvo zadržalo i nakon završetka programa na Bedemima.</p> <p>Od uobičajenih sadržaja bit će viteške skupine iz 15 europskih zemalja, domaće udruge, obrtnici, stari zanati, kraljevski kuhari, a koji manifestaciju čine jedinstvenom i prepoznatljivom u Hrvatskoj i šire.</p> <p>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</p>	<p>Jačanje turističke ponude, privlačenje turista, razvoj gospodarstva, pozicioniranje Koprivnice kao 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</p>	TZGKC	302.000,00 €	8.	<p>Održana manifestacija;</p> <p>Porast broja noćenja;</p> <p>PR učinak (medijski pokazatelji uspješnosti);</p> <p>Procijenjena posjećenost;</p> <p>Procijenjena potrošnja posjetitelja</p>

	inozemnih sudionika, koordinacija realizacije, ugovaranje PR aktivnosti, promocija manifestacije i sl.					
2.3.2. Organizacija manifestacije – „Podravski motivi“	<p>Tradicionalna kulturna manifestacija Podravski motivi održat će se u ljetnom terminu (lipanj) te sadržajno i kvalitativno nadograditi. Cilj je privući još više kvalitetnih slikara naive koji bi svojom interakcijom s publikom manifestaciji dali doprinos u programskom smislu. Ostali sadržaji (koncerti, gastro ponuda – food truck, projekcije na pročeljima zgrada, folklor) koristit će se kao faktor privlačenja te cjelovitosti manifestacije. 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>	Jačanje turističke ponude, pozicioniranje Koprivnice kao turističke destinacije, promocija destinacije, edukacija, ekološka održivost, zaštita tradicijskih vrijednosti, folklor, gastronomije te naivnog slikarstva, jačanje gospodarstva.	TZGKC	50.000,00 €	6.	Održana manifestacija; Porast broja noćenja; PR učinak (medijski pokazatelji uspješnosti) Procijenjena posjećenost; Procijenjena potrošnja posjetitelja
2.3.4. Vinski festival	Manifestacija koja će se u 2026. održati po prvi puta na Zrinskom trgu. Festival je nadogradnja održanog Bregfesta u 2024. i 2025., a koji je naišao na dobre reakcije i pokazao potrebu jačanja ovog segmenta ponude.	Promocija vinske ceste PodraVina, uspostavljanje manifestacije koja će povezati različite dionike i pružiti im	TZGKC, Grad Koprivnica, LAG, vinari Sjeverne Hrvatske	5.000,00 €	2-3	Održano događanje, Procjena posjećenosti

	Provodit će se: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, koordinacija dionika, promocija manifestacije i sl.	dodatnu platformu za plasman svojih proizvoda i upoznavanje s publikom		TZGKC, Grad Koprivnica i LAG		
2.3.5. Organizacija događanja – „Sajam cvijeća“ u sklopu PAN FEST-a	<p>Tradicionalna manifestacija važna zbog podizanja svijesti građana o uređivanjima mjesta boravka, a na taj način i grada. Sajam je dio manifestacije PAN FEST koja u 3-4 dana održavanja privuče velik broj posjetitelja.</p> <p>-----</p> <p>Provodit će se: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, ugovaranje sudionika sajma, promocija manifestacije i sl.</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	TZGKC	1.000,00 €	4-5	Održano događanje; Procjena posjećenosti;
				TZGKC		
2.3.6. Podrška i suorganizacija događanja u organizaciji drugih subjekata	<p>Manifestacije u organizaciji TZGKC:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Ljeto na Zrinskom</u> 2. <u>PAN FEST/ Sajam cvijeća</u> 3. <u>Koprivnička bajka/ Klizalište</u> 4. <u>Koprivnički fašnik</u> <p>Manifestacije u suorganizaciji:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. <u>Rock live festival – FUNK</u> 6. <u>Europski tjedan kretanja – Grad Koprivnica</u> 7. <u>Dan grada – Grad Koprivnica</u> 8. <u>GAF – obrtnički sajam</u> 	Pružanje podrške i sudjelovanje u događanjima drugih subjekata s ciljem jačanja turističke ponude te gospodarskog i turističkog pozicioniranja destinacije.	TZGKC	300.000,00 €		<p>Podržane manifestacije;</p> <p>PR učinak (medijski pokazatelji uspješnosti);</p> <p>Izveštaji o realizaciji</p>
				TZGKC, Grad Koprivnica		

	<p>TZGKC u 2026. će u potpunosti preuzeti organizaciju Koprivničke bajke, Ljeta na Zrinskom, Klizališta, PANfesta. Uz navedeno, također će pružiti potporu i drugim događanjima u svojstvu suorganizatora u smislu tehničke potpore (ustupanje štandova i kućica – novi moment troškovi logistike obzirom na novu lokaciju skladišta). U 2026. ćemo u suradnji s Udruženjem obrtnika preuzeti i organizaciju GAF-a – gastro festa koji okuplja udruženja obrtnika iz cijele Hrvatske. TZGKC i u budućnosti planira podržavati navedena i nova događanja i manifestacije koje su od značaja za gospodarski i turistički razvoj destinacije.</p>					
--	--	--	--	--	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ / PARTNER I	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2026.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
2.4. Upravljanje turističkom infrastrukturom						

2.4.1. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom – Bedemi i Oružana	<p>Grad Koprivnica će dati povjerenje Turističkoj zajednici grada Koprivnice za upravljanje prostorom 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 – čime bi se obogatio i oživio ovaj nedovoljno iskorišten prostor. U 2026. se otvaraju mogućnosti financiranja projekta Interreg CBC HU HR.</p> <p>-----</p> <p>Provoditi će se: upravljanje prostorom, režijski troškovi, priprema podloga za planiranje osnivanja Centra za posjetitelje, pretpostavke za programiranje – ITU mehanizam</p>	Kvalitetno upravljanje navedenom turističkom infrastrukturom te njezin razvoj.	TZGKC	1000,00 €	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>
2.5. Podrška turističkoj industriji						
2.5.1. Podrška razvoju programa i sadržaja DMK-u s	Operativna potpora destinacijskim menadžment kompanijama (turističke agencije) u vidu organizacije i logistike – living history programi.	Cilj je privući lokalne DMK na osmišljavanje programa i sadržaja u destinaciji te dovođenje	TZGKC		1.-12.	<p>Povećanje posjećenosti i broja noćenja;</p> <p>Povećanje potrošnje</p>

ciljem povećanja turističke posjećenosti		posjetitelja u destinaciju.		TZGKC		posjetitelja Povećanje aranžmana i programa koji uključuju Koprivnicu kao ciljano mjesto dolaska
2.5.2. Edukacija tematskih vodiča	TZGKC financirat 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.	Afirmirati lokalno stanovništvo, inovativnost, atraktivnost, interakcija, edukacija	TZGKC	3.000,00 €	1.-12.	Tematski turistički vodič, edukacija
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2026.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE						
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice						
3.1.1.	<p>Mogući nastupi na sajmovima i manifestacijama:</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 povijesnoj manifestaciji u KLISU (srpanj) •Sudjelovanje na manifestaciji Porcijunkulovo u ČAKOVCU (kolovoz) •Nastup na srednjovjekovnoj manifestaciji u PREROVU (ČEŠKA) •Srednjovjekovni sajam u RIJECI – nastup s programom <p>Ostali turistički sajmovi u suradnji sa RTZ KKŽ</p>	<p>Jačanje tržišne prepoznatljivosti turističkih aktivnosti i destinacije; promotivne aktivnosti na domaćim i emitivnim tržištima.</p>	TZGKC	2.000,00 €	1.-12.	Promocija turističkih potencijala Grada i okolice
				TZGKC, RTZ KKŽ, Sponzorstva i partneri		
				TZGKC, domaćini predavanja		
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja						
3.2.1.	<p>Organizacija studijskog putovanja novinara,</p> <p>TZGKC u suradnji s ostalim uključenim zajednicama kroz Sporazum o projektnom udruživanju destinacije Podravina organizirat će studijsko putovanje za novinare i predstavnike organizatora putovanja.</p>	<p>Cilj je upoznati novinare te organizatore putovanja sa svim sadržajima i</p>	TZGKC, TZP Središnja Podravina, općine Rasinja, Virje,	2.000,00 €	6-12	Izveštaj o provedenom studijskom putovanju; Broj sudionika;

predstavnik organizatora putovanja i agenata kroz novu Vinsku cestu PodraVina	Provodit će se: kreiranje programa studijskog putovanja, koordinacija dionika, izvješćivanje	ponudom koju Vinska cesta pruža kako bi se kvalitetno osmislili turistički aranžmani te promotivne aktivnosti.	Novigrad Podravski	TZGKC TZP Središnja Podravina,		
3.3. Kreiranje promotivnog materijala						
3.3.1. Produkcija sadržaja za objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama	U skladu sa smjernicama Plana upravljanja razvoja turizma Koprivnice i okolice te aktualnim aktivnostima sukladno Programu rada za 2026. kreirati će se i izrađivati tekstualni, fotografski, grafički i video materijali za potrebe objava na web stranicama Koprivnicatourism.hr i renesansfestival.hr te društvenima mrežama TZGKC i RF.	Porast kvalitete sadržaja, vidljivosti i prepoznatljivosti turističke destinacije i najznačajnijih turističkih proizvoda na web i web 2.0	TZGKC Komercijalni partneri	5.000,00 €	1.-12.	Objave na digitalnim, online platformama; Kreirani sadržaji
	Provodit će se: objavljivanje, nadzor nad provedbom, kreiranje, dostava i objava potrebnih inputa, admin. i financ. menadžment, komunikacija s zainteresiranim dionicima i javnosti.			TZGKC		
3.3.2. Izrada i nabava suvenira i ostalog promidžbenog materijala	Za potrebe poklona medijima, turističkim agentima, poslovnim partnerima, tijelima turističke zajednice nabavit će se suveniri.	Promocija i jačanje prepoznatljivosti turističke destinacije.	TZGKC	4.000,00 €	3.-12.	Nabava različitih suvenira i promo materijala
				TZGKC		

<p>3.3.3. Produkcija tiskanih promo materijala za turističke proizvode</p>	<p>U skladu s aktivnostima prema Programu rada za 2026. 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 - B2 plakati, jumbo plakati, ostali digitalni promotivni materijali – Koprivnička bajka - B2 plakati, jumbo plakati, ostali digitalni promotivni materijali – Koprivničko ljeto - B2 plakati, jumbo plakati, ostali digitalni promotivni materijali – PANfest <p>Provodit 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>	<p>Osigurati kvalitetne i atraktivne tiskane materijale za komunikaciju s tržištem i ciljanom publikom.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>10.000,00 €</p> <p>TZGKC, HTZ-Top događanja</p>	<p>3.-12.</p>	<p>Kreiran, tiskan i podijeljen/objavljen promo materijal sukladno planu</p>
<p>3.3.4. Produkcija video materijala turističkog proizvoda – Vinska cesta PodraVina</p>	<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>Osigurati kvalitetne i atraktivne video materijale za komunikaciju s tržištem i promociju manifestacije kroz digitalne kanale.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>TZGKC</p>	<p>7.-9.</p>	<p>Izrađen i distribuiran video materijal</p>

	----- Provođit 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			Troškovi sadržani pod točkom 2.1.4.		
--	---	--	--	-------------------------------------	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ / PARTNER I	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2026.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
3.4. Internetske stranice						

3.4.1. Razvoj i održavanje internetskih stranica koprivnicatourism.hr i renesansnifestival.hr	S ciljem pružanja točnih, jasnih i pravovremenih podataka i informacija potencijalnim turistima potrebno je ažuriranje sadržaja, praćenje trendova te eventualna nadogradnja sustava. ----- Provodit 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	5.000,00 €	1.-12.	2 službene web stranice
				TZGKC		

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.	1.-12.	Ažurirana baza Podataka
				TZGKC		
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	5000,00 €	1.-12.	Otkup promo materijala
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ / PARTNER I	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2026.	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 potrebno kvalitetno opremiti namještajem te tehničkom opremom.	Osigurati kvalitetan TIC koji posjeduje ažurne informacije te kompetentne zaposlenike.	TZGKC	50.000,00 € TZGKC TZGKC	1.-12.	Izveštaj o radu TIC-a
3.7. Marketinške i poslovne suradnje						
3.7.1. Aktivnosti oglašavanja aktivnosti i turističkih proizvoda TZGKC	<p>Aktivnosti oglašavanja turističkih proizvoda (Renesansni festival, Podravski motivi, Festival vina, Koprivničko ljeto, PAN fest, Koprivnička bajka)</p> <p>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).</p> <p>-----</p> <p>Provodit će se: izrada media plana, ugovaranje oglašavanja, kreiranje i dostava potrebnih inputa, koordinacija sa medijima, nadzor provedbe objavljivanja, analiza učinkovitosti oglašavanja</p>	Cilj oglašavanja je pravovremeno i kvalitetno informirati ciljane tržišta o turističkim aktivnostima i proizvodima u gradu Koprivnici i okolici.	TZGKC	40.000,00 € TZGKC, HTZ – Promidžba	1.-12.	Realiziran media plan Promocija turističkih aktivnosti, proizvoda 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 s uputama i zahtjevima HTZ-a TZGKC će sudjelovati u edukacijama važnim za razvoj i upravljanje sustavom eVisitor.	Osiguravanje ažurnih podataka o dolascima i noćenjima te naplati turističke pristojbe kao i pružanje podrške korisnicima sustava eVisitor.	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.	1.-12.	Ažuran i funkcionalan sustav eVisitor
	----- Provodit će se: prikupljanje te obrada informacija i podataka, pružanje podrške dionicima, komunikacijski posrednik između sustava eVisitor i dionika			TZGKC		
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 €	1.-1.	Ažurna baza podataka
				TZGKC		
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.	Nagrađivanje i poticanja pojedinaca da se aktivno uključe u razvoj turizma destinacije.	TZGKC	1.000,00 €	10.-12.	Dodijeljena priznanja
				TZGKC		
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša						
4.3.1. Sudjelovanje u procesima izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i	Provodit 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 te drugim ministarstvima.	Osiguranje dugoročnog i kontinuiranog razvoja održivog turizma	TZGKC JLS	Troškovi sadržani u točki 6.	1.-12.	Uključenost turističkih zona i turističke infrastrukture u prostorne planove
				TZGKC		

upravljanja grada Koprivnice i okolice						
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 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	500,00 € TZGKC	1.-12.	Koordinacijske aktivnosti Doživljaj posjetitelja o destinaciji

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI	ROKovi MJ. 2026.	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 i	TZGKC	110.000,00 €	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 2026.	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	26.600,00 €	1.-12.	Kvalitetno pravodobno proveden Program rada i Prihvaćen Izvještaj o radu
				TZGKC, JLS		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI €	ROKOVI MJ. 2026.	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 o provedbi programa rada
				TZGKC		

7. REZERVA						
Nema rezervacije sredstava. Turističko vijeće prema potrebi može u tijeku godine donijeti odluku o rezervaciji do 5% sredstava i posebnom odlukom odrediti njihovu namjenu.						
8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE						
U 2026. godini neće biti ostvaren manjak prihoda.						

48452. FINANCIJSKI PLAN

		PRIHODI	Plan za 2026. (u €)	udio %
1.		Izvorni prihodi	85.000,00 €	10
	1.1.	Turistička pristojba	5.000,00 €	
	1.2.	Članarina	80.000,00 €	
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	520.000,00 €	42
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	215.000,00 €	13
4.		Prihodi iz EU fondova	0€	0
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	100.000,00 €	23
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	50.000,00 €	11
7.		Ostali prihodi	10.100,00 €	1
		SVEUKUPNO	980.100,00 €	100,00

		AKTIVNOSTI	Plan za 2026. (u €)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	9.500,00 €	1
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	6.000,00 €	
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	2.000,00 €	
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	1.500,00 €	
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	691.000,00 €	69
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	25.000,00 €	
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	4.000,00 €	
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	658.000,00 €	
	2.4.	Turistička infrastruktura	1.000,00 €	
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	3.000,00 €	
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	123.000,00 €	12
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	2.000,00 €	
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	2.000,00 €	
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	19.000,00 €	
	3.4.	Internetske stranice	5.000,00 €	
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	5.000,00 €	
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	50.000,00 €	
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje	40.000,00 €	
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	2.000,00 €	
	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	154.600,00 €	18
	6.1.	Plaće	110.000,00 €	
	6.2.	Neoporezivi primici	9.000,00 €	

6.3.	Dnevnice	7.000,00 €	
6.4.	Materijalni troškovi	26.600,00 €	
6.5.	Tijela turističke zajednice	2.000,00 €	
7.	REZERVA	0,00	
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	
	SVEUKUPNO 1	980.100,00 €	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

4. ZAKLJUČAK

Kontinuitet opsežnog programa rada Turističke zajednice grada Koprivnice za 2026. godinu, kao i prethodnih godina, nužno će zahtijevati sinergiju s Gradom, Županijom, Regionalnom turističkom zajednicom, gradskim institucijama kako bi se održao trenutni standard te osigurala prijeko potrebna kapitalna ulaganja u cjelogodišnji turizam.

Svakako je plan zadržati kvalitetu, nadograditi postojeće manifestacije te preuzeti i pokrenuti nova događanja u koheziji s Gradom.

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, 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


