



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA  
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KOPRIVNICE  
ZA 2020. GODINU**

Broj: 4/2021.  
Koprivnica, 16. Veljače 2021.

## **SADRŽAJ**

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

# 1. UVOD

Prilikom izrade Izvješća o realizaciji Programa rada Turističke zajednice grada Koprivnice za 2020.g. (u daljnjem tekstu Izvješće) 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 turizma Republike Hrvatske do 2020.g., Strategija razvoja turizma grada Koprivnice i okolice do 2025. godine te Metodologija i obveznih uputa za izradu izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada koje je u studenom 2020. godine donijelo Ministarstvo turizma i sporta RH.

Plan poslovanja donesen 2019. godine bio je osnova u provođenju aktivnosti tijekom 2020. godine. Aktivnosti u Turističkoj zajednici bile su podređene osnovnim zadacima koji su određeni Programom rada za 2020., Statutom i zadaćama Turističkih zajednica, a isto tako uvažavane su i smjernice koje smo tokom 2020. g. dobivali od središnjice HTZ-a. Nažalost, uslijed opće poznate virusne epidemije te mjera za suzbijanje iste, gospodarske, a naročito turističke aktivnosti u prošloj godini svedene su na minimum. U korelaciji s Gradom, Stožerima civilne zaštite, MUP-om uspjeli smo realizirati mali djelić planiranih aktivnosti uslijed ograničenja i mjera koje su veliki dio 2020. bile na snazi.

## Obujam turističkog prometa za 2020. godinu:

### Ostvaren turistički promet u 2020.:<sup>1</sup>

- broj ostvarenih dolazaka: 3.703
- broj ostvarenih noćenja: 15.198

Obzirom na pandemiju korona virusa, 2020. godina ne predstavlja reprezentativnu godinu stvarnog stanja turističkog prometa uslijed smanjenog broja kretanja turista, zabrane kretanja (zatvorene granice) te privremenog prijavljivanja osoba u sustav eVisitor u vidu izdavanja potvrda o privremenom boravištu uslijed zatvorene službe MUP-a, što objašnjava razliku između broja dolazaka i broja noćenja. Zaključno, predstavljeni podaci ne prikazuju stvarno stanje turističkog prometa 2020. godine.

## 2. FINANCIJSKI REZULTAT

Tijekom 2020. godine ostvareno je ukupno **1.326.828,85 kn** prihoda. Kod kalkulacije prihoda uzeti su u obzir slijedeći preduvjeti i okolnosti:

### 2.1. IZVORNI PRIHODI

- izmjene Zakona o turističkoj članarini usvojene u prosincu 2020. kojim se smanjuje visina članarina za 12%
- očekivani pad osnovice za obračun članarine zbog COVID 19 epidemije i općeg pada gospodarske aktivnosti i oslobađanja od naplate dijela boravišnog paušala dovelo je do pada izvornih prihoda za 25% u odnosu na plan za 2020.

---

<sup>1</sup> Podaci preuzeti iz sustava eVisitor na dan 08.01.2021.

- TZG KC će voditi kontinuiranu komunikaciju s poreznom upravom, turističkom inspekcijom te GU HTZ-a radi što učinkovitije naplate članarine i turističke pristojbe
- u 2020. se pojavila obveza povrata preplaćene članarine HRT-u u iznosu od 51.000,00 kn
- izvorni prihodi iznose **579.585,42 kn**

## **2.2. PRIHODI IZ PRORAČUNA**

- odlukom o proračunu grada Koprivnice za 2020.g. utvrđena je potpora za rad TZG KC u visini **200.000,00 kn** te odlukom o proračunu Koprivničko križevačke županije potpora u visini **27.260,30 kn**. Prihodi su ostvareni temeljem ugovora s Gradom i Županijom za organizaciju i provedbu aktivnosti koje doprinose turističkom razvoju i unaprjeđenju imidža destinacije.

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

- svi javni pozivi HTZ-a za sufinanciranje programa TOP događanja, javni pozivi za udruženo oglašavanje, financiranje projekata iz fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, fond za udružene turističke zajednice za 2020. su obustavljeni. Potpora Županijske TZ ostvarena je u iznosu od **10.000,00 kn**.

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

U 2020. je zaprimljena refundacija sredstava iz EU programa provedenog projekta ECOTOP 2 koji je završio u 2019., prihod iznosi: **74.799,87 kn**. U drugoj polovini 2021. planiramo aplicirati na programe Central Europe, Adrion, Interreg Danube, Horizon Europe, Prekogranična suradnja Hrvatska Mađarska

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

- generiranje vlastitih prihoda od **73.612,04 kn** prema strukturi odnosi se na prihode od najma prostora i imovine (štandovi i kućice), partnerskih donacija i sponzorstava, a vezano uz organizaciju manifestacija.

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

- preneseni prihodi iz prethodne godine (2019.) iznose: **354.232,85 kn** čime će osigurati likvidnost i stabilnost u budućim izazovnim vremenima (koronakriza).

## **2.7. OSTALI PRIHODI**

- odnose se na donacije, kamate te ostale nespomenute prihode – **7.338,37**

### 3. AKTIVNOSTI

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKOWI MJ. 2020.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>						
<b>1.1. Izrada strateških i operativnih dokumenata</b>						
1.1.1. Analiza stanja turizma kao pretpostavka za izradu Strategije razvoja turizma destinacije „Podravina“ – projektno udruživanje TZ-ova	<p>Povezivanje svih turističkih potencijala i resursa (atrakcija) u jedinstvenu turističku ponudu destinacije Podravina. Temelj povezivanja proizlazi iz geografske i povijesne povezanosti te kulturnih, gastronomskih i lingvističkih sličnosti koje ne poznaju administrativno-političke cjeline na koje je regija Podravina trenutno podijeljena. Povezivanje u turističko destinacijsku smislenu cjelinu predstavlja jasnu podlogu za strateški i operativni razvoj i unaprjeđenje turističke ponude svih uključenih dionika cijele regije Podravina.</p> <p>-----</p> <p>Proces je obuhvaćao slijedeće faze: detektiranje postojećeg stanja turizma, uključenost svih partnera u proces analize, jasne smjernice za izradu Strategije razvoja turizma destinacije Podravina</p>	<p>Podizanje kvalitete i povezivanje turističkih proizvoda na području turističke destinacije;</p> <p>Usmjeravanje resursa iz posebnog fonda za udružene turističke zajednice</p>	<p>TZGKC</p> <p>Udruženi TZ-ovi destinacije „Podravina“ - TZP Središnja Podravina, Općina Rasinja, Općina Peteranec</p>	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <p>TZGKC , TZP Središnja Podravina, Općina Rasinja, Općina Peteranec</p>	10.-12. mj.	<p>pripremljena nacrt za izradu Strategije razvoja turizma destinacije „Podravina“</p>

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2020.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
1.1.2. Inputi za izradu Strategije razvoja turizma Koprivničko- križevačke županije 2021- 2027	Kao gospodarski i turistički najrazvijenije središte Koprivničko-križevačke županije te jedna od najaktivnijih TZ-ova koji generira neke od najvećih turističkih manifestacija u županiji (Renesansni festival i Podravski motivi), TZGKC participira u izradi ove Strategije.  ----- Procesi: uključivanje u radne skupine, priprema i dostava traženih inputa i druge aktivnosti prema zahtjevu nositelja i izrađivača	Obavezno uključivanje ciljeva turističkog razvoja grada KC i okolice u Strategiju kao i određene mjere i potrebe.	TZKKŽ  TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.  TZGKC, Koprivničko- križevačka Županija	1.-12. mj.	Dokument u izradi,  interesi i potrebe razvoja turizma KC i okolice uključeni su u Strategiju

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

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

2.1.1. Razvoj novih turističkih proizvoda: <b>destinacija</b> <b>„Podravina“.</b>	Povezivanje svih turističkih potencijala i resursa u jedinstvenu turističku ponudu Podravine (od Ludbrega do Pitomače) na temelju geografske, kulturološke, povijesne, leksikografske i mentalitetne sličnosti. Navedeno će se ostvariti potpisivanjem Sporazuma o projektnom udruživanju TZ-ova i jedinica lokalne samouprave na području regije Podravina (TZ Koprivnica, TZP Središnja Podravina, Općina Rasinja i Općina Peteranec) čime će se razviti novi turistički proizvod: destinacija Podravina. Udruživanjem svih mikroregija u jedinstvenu destinaciju Podravina omogućit će osmišljavanje nove turističke ponude, razvoj raznih turističkih sadržaja: vinske ceste, kulturne rute,	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	TZGKC  Udruženi TZ- ovi destinacije „Podravina“ - TZP Središnja Podravina, Općina Rasinja, Općina Peteranec	Troškovi sadržani u točki 6.  TZGKC  Udruženi TZ- ovi destinacije „Podravina“ -TZP	10.-12. mj.	Provedba u tijeku; Potpisan Sporazum;  Nova destinacija „Podravina“, Razvoj turističke ponude destinacije  Podloga za apliciranje na EU fondove
--	--	---	--	--	----------------	---

	manifestacije, zajednički projekti na domaćem i inozemnom tržištu i sl.	proizvoda i sadržaja u destinaciji Podravina.		Središnja Podravina, Općina Rasinja, Općina Peteranec		
	Provedeno: proces komunikacije te izrade i potpisivanje Sporazuma o projektnom udruživanju sa uključenim TZ-ovima destinacije Podravina, koncept					

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2020.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>2.2. Podrška razvoju turističkih događanja</b>						
2.2.1. Organizacija manifestacije – „Podravski motivi“	<p>Tradicionalna kulturna manifestacija Podravski motivi su prošle 2020. godine bili održani u novom „jesenskom“ terminu, obzirom na situaciju sa pandemijom korona virusa, prvotno postavljen termin početkom lipnja nije bilo moguće realizirati. Zahvaljujući novom terminu početkom listopada, Podravski motivi bili su obogaćeni novim elementima: kostanji, mošt, vrganji i ostali jesenski plodovi što su posjetitelji iznimno dobro prihvatili. Također, Motivi su se vratili na glavni gradski trg, naivni slikari su bili raspoređeni po Zrinskom trgu, dok su ostali sadržaji obrtnici, stari zanati, i ostali izlagači bili postavljeni na pročelju parka. Ovako koncipirana i zaokružena priča sa jesenskim notama pozitivno je prihvaćena od strane posjetitelja, ali i naivnih slikara te ostalih sudionika. Marketinški troškovi i troškovi oglašavanja sadržani su u točki 3.7.</p> <p>Re realizacija: organizacija manifestacije,</p>	Jačanje turističke ponude, pozicioniranje Koprivnice kao turističke destinacije, promocija destinacije, edukacija, ekološka održivost, zaštita tradicijskih vrijednosti i kulturne baštine, folklor, gastronomije te naivnog slikarstva, jačanje gospodarstva i sl.	TZGKC	121.339,42	10. mj.	<p>Održana manifestacija;</p> <p>Porast broja noćenja;</p> <p>PR marketing;</p> <p>Procijenjena posjećenost;</p> <p>Procijenjena potrošnja posjetitelja</p>
				TZGKC, sponzorstva, donacije, Grad, Županija, Županijska TZ		

	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.					
2.2.2. Organizacija NOVE manifestacije – „Srednjovjekovni božićni sajam“	Prva manifestacija takvog tipa u Hrvatskoj ! Manifestacija je osmišljena kao dodana vrijednost bazirana na resursima Renesansnog festivala. Srednjovjekovni Božićni sajam trebao se održati na najstarijem koprivničkom trgu u adventsko vrijeme (parkiću ispred Muzeja – Trg Leandera Brozovića). Nažalost, uslijed opće poznatih epidemijskih okolnosti event je odgođen jer nismo mogli zadovoljiti mjeru zabrane okupljanja više od 15 osoba. Spoj srednjovjekovne baštine i božićnog duha trebao je stvoriti jedinstvenu zimsku priču koja bi zasigurno svim posjetiteljima omogućila novi doživljaj Božićnih sajmov. Marketinški troškovi i troškovi oglašavanja sadržani su u točki 3.7.  Koncept: organizacija manifestacije, 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, koordinacija realizacije, ugovaranje PR aktivnosti, promocija manifestacije i sl.	Jačanje turističke ponude razvojem novih turističkih proizvoda, nova platforma za turistički i gospodarski razvoj destinacije, novostvorena dodana vrijednost Renesansnom festivalu, edukacija i ekološka održivost	TZGKC	30.554,59  TZGKC , sponzori i partneri	11-12	Novi turistički proizvod;  PR marketing;  Procijenjena posjećenost;  Procijenjena potrošnja posjetitelja



<p>2.2.3. Organizacija događanja – „Koprivnički Fašnik“</p>	<p>Manifestacija koja ima tradiciju u našem Gradu, ali nema turističke vrijednosti stoga nema ni pretenzije da bude središnja i jedna od najvažnijih, samim time što u Hrvatskoj postoji nekoliko gradova gdje su manifestacije ovakve vrste najveće manifestacije tih gradova te bi bilo kontraproduktivno kopirati neke sredine koje su iz ove tematike izgradile svojevrsni brend. Kulturna i tradicijska vrijednost ove manifestacije nije upitna, stoga bi se organizacija navedenog događanja u budućnosti trebala postepeno prebacivati na Gradske institucije kojima je ovakva tematika bliska, kao i na udruge koje bi osim sudjelovanja, podnijele i organizacijski teret, a sve s ciljem da se ova ostavština očuva.</p> <hr/> <p>Realizacija: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, dogovaranje sudjelovanja kostimiranih grupa, promocija manifestacije i sl.</p>	<p>Očuvanje tradicije, uključivanje lokalnog stanovništva u aktivnosti zajednice,</p>	<p>TZGKC</p>	<p>6.133,00</p> <hr/> <p>TZGKC</p>	<p>1.-2. mj.</p>	<p>Održano događanje,  Uključivanje lokalne zajednice  Procjena posjećenosti</p>
<p>2.2.4. Organizacija događanja – „Podravski ceker“</p>	<p>Grad Koprivnica, Turistička zajednica grada Koprivnice i Komunalac tijekom mjeseca svibnja pokrenuli su inicijativu pod nazivom „Podravski ceker“, kao podršku svim našim lokalnim proizvođačima i OPG-ovcima. Uspješna inicijativa nastavila se i tijekom ljetnih mjeseci. U sklopu programa „Ljeta na Zrinskom“ građani su imali priliku napuniti svoj ceker podravskim, domaćim proizvodima od četvrtka 16. srpnja do petka 14. kolovoza. Inicijativa, kao jedna od mjera za oporavak lokalnog gospodarstva, bila je usmjerena ka zainteresiranim OPG-ovima, starim</p>	<p>Uključivanje zajednice te podizanje svijesti lokalne zajednice i posjetitelja o domaćim proizvodima, podizanje svijesti o ekološkom razvoju; jačanje gospodarskog razvoja, podrška malim proizvođačima, OPG-ovima i obrtima</p>	<p>TZGKC; Grad Koprivnica; Komunalac</p>	<p>Troškovi sadržani u točki 6.</p> <hr/> <p>TZGKC</p>	<p>4.-8.mj.</p>	<p>Održano događanje;  Procjena posjećenosti;</p>

	<p>zanatima, obrtima te proizvođačima tradicionalnih proizvoda. Zakup kućica za izlagače bio je potpuno besplatan. Marketinški troškovi i troškovi oglašavanja sadržani su u točki 3.7.</p> <p>-----</p> <p>Realizacija: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, ugovaranje sudionika sajma, promocija manifestacije i sl.</p>					
2.2.5. Organizacija događanja – „ <b>Mini Renesansni festival</b> “	<p>Mini Renesansni festival trebao je na simboličan način obilježiti najbolju turističke manifestaciju Hrvatske za 2019.-2021., Renesansni festival za svoje najvjernije posjetitelje, ali neizvjesne i nestabilne okolnosti su nas u tome onemogućile. Naime, obzirom na epidemiološke okolnosti i mjere, Renesansni festival u svojoj punoj veličini nije bilo moguće realizirati, stoga smo odlučili obilježiti ovaj hvale vrijedan projekt na simboličan način. Intencija je bila organizirati „Mini Renesansni festival“ s minimalnim domaćim sadržajima, obrtnicima, mušketirima, renesansnom modnom revijom, lakrdijašima, đelatima, sadržajima za djecu i naravno adekvatnom ugostiteljskom ponudom (Veprov paprikaš, Koprivko burger, Rebrica s medom).</p> <p>Cilj je bio nastaviti kontinuitet i tradiciju ovog renomiranog i etabliranog događanja pa makar i na simboličan način. Unatoč htijenju i nastojanjima da organiziramo barem „Mini Renesansni festival“, nažalost slijed nepovoljnih epidemioloških okolnosti na nacionalnom nivou, savjetovanja sa Stožerima civilne zaštite u smislu pooštavanja mjera i</p>	<p>Očuvanje tradicije, mjera oporavka i podrške lokalnom gospodarstvu, edukacija o povijesnim i baštinskim vrijednostima te ekološka osviještenost</p>	TZGKC	70.493,23	7.-8. mj.	<p>Novi turistički proizvod;</p> <p>PR marketing;</p> <p>Procijenjena posjećenost;</p> <p>Procijenjena potrošnja posjetitelja</p>
				TZGKC		

<p>nemogućnosti poštivanja istih te prije svega brige o zdravlju i odgovornosti za naše izlagače i posjetitelje, bili smo primorani otkazati „Mini Renesansni festival“.</p>						
<p>Realizacija: organizacija manifestacije, administrativni poslovi, logistika, ugovaranje sudionika sajma, promocija manifestacije i sl.</p>						

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2020.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>2.3. Upravljanje turističkom infrastrukturom</b>						
<p>2.3.1. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom – Bedemi i Oružana</p>	<p>Grad Koprivnica dao je Turističkoj zajednici grada Koprivnice na upravljanje prostor Bedema i Oružane. TZGKC na spomenutoj lokaciji organizira TOP manifestaciju Renesansni festival te ostale razne aktivnosti i radionice vezane uz stare zanate i promociju manifestacije i destinacije. Izradili smo projektnu ideju transformiranja i rekonstrukcije najstarije zgrade u Gradu u kulturni i povijesni Koprivin interpretacijski centar s intencijom da se projekt aplicira na EU fondove čime bi se trebao obogatiti i oživjeti ovaj nedovoljno iskorišten prostor pun potencijala.</p> <p>Realizacija: upravljanje prostorom, režijski troškovi, priprema podloga za planiranje osnivanja Centra za posjetitelje</p>	<p>Kvalitetno upravljanje navedenom turističkom infrastrukturom te njezin razvoj.</p>	<p>TZGKC</p>	<p>1.079,69</p> <p>TZGKC</p>	<p>1.-12. mj.</p>	<p>Revitalizacija povijesnog prostora;</p> <p>Izrada projektne ideje – Koprivinog interpretacijskog centra za posjetitelje</p> <p>podloga za apliciranje na fondove EU i Javne natječaje</p>

<b>2.4. Podrška turističkoj industriji</b>						
2.4.1. Potpora lokalnim obrtnicima, OPG-ovima i malim proizvođačima – intelektualni support	TZGKC kontinuirano pruža potporu lokalnim malim proizvođačima, obrtnicima i OPG-ovima koji proizvode jedinstvene lokalne proizvode vezane uz koprivu, kulturnu baštinu, tradiciju i sl. TZGKC pruža intelektualni support u smislu davanja ideja, savjeta, promocije, podrška pri izlasku na tržište, edukacije i sl. (neki od provedenih projekata potpore su prethodno navedeni proizvodi od koprive: pivo, praline i čokolada, sapun i sl.). Nadalje, obzirom na kriznu 2020. godinu nastojali smo spomenutim obrtnicima, starim zanatima, OPG-ovima potpuno besplatno osigurati platformu za promociju i plasman njihovih proizvoda organizirajući u dva navrata manifestaciju „Podravski ceker“ te Podravske motive kao mjeru za oporavak lokalnog gospodarstva.	Razvoj turističkih proizvoda te jačanje destinacije na turističkom tržištu. Pružanje potpore malim proizvođačima.	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.  TZGKC	5.-10. mj.	Razvoj novih turističkih proizvoda,  Jačanje turističke ponude;  Broj uključenih dionika

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITEL J/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKVI MJ. 2020.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>						
<b>3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>						
3.1.1. Nastupi na sajmovima	Nastupi na sajmovima i manifestacijama: • Nastup na srednjovjekovnom sajmu u STUBICI (veljača) • Nastup na srednjovjekovnom sajmu u SAMOBORU (ožujak)	Jačanje tržišne prepoznatljivosti turističkih aktivnosti i destinacije; promotivne aktivnosti	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.	1-12	Sudjelovanje na 2 sajmovima;  Promocija centralnih

	Napomena: Uslijed epidemijskih okolnosti, od ožujka pa do kraja 2020. godine na snazi je bila mjera zabrane održavanja javnih događanja.	na domaćim i emitivnim tržištima.		TZGKC, RTZ KKŽ, Sponzorstva i partneri		manifestacija te turističkih potencijala Grada i okolice
				TZGKC, domaćini predavanja		
<b>3.2. Suradnja s organizatorima putovanja</b>						
3.2.1. Destinacija Podravina - Studijsko putovanje namijenjeno vanjskim turističkim agencijama	U suradnji s koprivničkom turističkom agencijom Alpe Adria Tours organizirali smo studijsko putovanje po destinaciji Podravine (Koprivnica, Đurđevac, Hlebine, Gola, Jagnjedovec, Lukovec) za predstavnike turističkih agencija iz Hrvatske s intencijom da upoznaju prostor Podravine i uključe ga u svoju ponudu. Turističke agencije koje su sudjelovale su: Arriva Osijek, Mediatourist Zagreb, Orion tours Đakovo, Putokazi Split, O-tours Zagreb, Katarina line Opatija.	Jačanje tržišne prepoznatljivosti turističkih aktivnosti i destinacije; promotivne aktivnosti na domaćim i emitivnim tržištima.	Alpe Adria tours, TZGKC	2.055,02	1.-2. mj.	Promocija destinacije Podravina; Kreiranje paket aranžmana
<b>3.3. Kreiranje promotivnog materijala</b>						
3.3.1. Produkcija sadržaja za objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama	U skladu sa smjernicama Strategije razvoja turizma Koprivnice i okolice te aktualnim aktivnostima sukladno Programu rada za 2020. kreirali smo tekstualne, fotografske, grafičke i video materijale za potrebe objava na web stranicama Koprivnicatourism.hr i renesansifestival.hr te društvenima mrežama TZGKC i RF.  ----- Realizacija: objavljivanje, nadzor nad provedbom, kreiranje, dostava i objava potrebnih inputa, admin. i financ. menadžment, komunikacija s zainteresiranim dionicima i javnosti.	Porast kvalitete sadržaja, vidljivosti i prepoznatljivosti turističke destinacije i najznačajnijih turističkih proizvoda na web i web 2.0	TZGKC i komercijalni partneri	Troškovi sadržani u točki 6.  TZGKC	1.-12. mj.	Objave na digitalnim, online platformama;  Kreirani sadržaji

3.3.2. Izrada i nabava suvenira i ostalog promidžbenog materijala	Za potrebe poklona medijima, turističkim agentima, poslovnim partnerima, tijelima turističke zajednice, VIP osobama i drugim. Realizacija: suveniri od koprive, glinene krigle, vina i druga pića, muzički CD-i te druge vrste suvenira i promo materijal prema potrebi.	Promocija i jačanje prepoznatljivosti turističke destinacije.	TZGKC	1.204,00 TZGKC	3.-12. mj.	Nabavljeno 300 kom različitih suvenira i promo materijala
3.3.3. Produkcija tiskanih promo materijala za turističke proizvode	U skladu sa aktivnostima prema Programu rada za 2020. godinu za potrebe komunikacije s tržištem, promotivna događanja, sajmove, distribucije na info punktovima i oglašavanja kreirali su se i tiskali sljedeći promo materijali: - Digitalni vodič događanja 2020. - Katalog Renesansni festival - B2 plakati Renesansni festival - Jumbo plakati – Renesansni festival - B2 digitalni plakati – Podravski motivi  ----- Realizacija: odabir izvođača za kreiranje i tisak materijala, koordinacija s dionicima, kreiranje i dostava potrebnih inputa, nadzor, komunikacija sa javnosti i ciljanom publikom <b>Napomena: uslijed epidemije Covid -19 realiziran samo dio planiranih promotivnih elemenata</b>	Osigurati kvalitetne i reprezentativne tiskane materijale za komunikaciju s tržištem i ciljanom publikom.	TZGKC	8.452,25 TZGKC	1.-12. mj.	Kreiran, tiskan i podijeljen/objavljen promo materijal sukladno planu te epidemiološkim okolnostima
3.3.4. Produkcija video materijala turističkog proizvoda – Srednjovjekovni božićni sajam	Produkcija video materijala za promociju novokreiranog projekta Srednjovjekovnog božićnog sajma – pretpostavljala je koordinaciju scene i kostimiranih statista u vlastitom aranžmanu. Video je promoviran na vlastitim web stranicama i društvenim mrežama.  ----- Realizacija: koordinacija aktivnosti s statistima, amatersko snimanje u vlastitom aranžmanu	Osigurati kvalitetne i atraktivne video materijale za komunikaciju s tržištem i promociju manifestacije kroz digitalne kanale.	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6. TZGKC	11.-12. mj.	Izrađen i distribuiran video materijal Promocija na web stranicama i društvenim mrežama

	Napomena: uslijed epidemije Covid -19 i mjere zabrane javnih okupljanja sama manifestacija nije održana.					
--	--	--	--	--	--	--

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2020.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>3.4. Internetske stranice</b>						
3.4.1. Razvoj i održavanje internetskih stranica koprivnicatourism.hr i renesansnifestival.hr	<p>Krajem 2020. godine krenulo se u redizajn postojeće web stranice TZGKC: koprivnicatourism.hr koja će udovoljavati svim zahtjevima sukladno Programu rada 2020. te sukladno Smjernicama strategije razvoja turizma KC. Službena web stranica Renesansnog festivala napravljena u novijem izdanju programa te zadovoljava trenutne potrebe korištenja.</p> <p>-----</p> <p>Realizacija: objava aktualnih novosti; ažuriranje podataka i korisnih informacija; koordinacija sa izvođačem stranica; komunikacija prema javnosti; povezivanje web stranica sa ostalim digitalnim kanalima</p>	Osigurati sistematizirane, jasne i reprezentativne web stranice TZGKC i RF te ažurno objavljivanje sadržaja i komunikacija sa dionicima i javnosti.	TZGKC	7.417,25	1.-12. mj.	2 službene web stranice
				TZGKC		
<b>3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>						
3.5.1. Vođenje detaljne baze podataka o ponudi i potražnji	TZGKC kontinuirano obavlja aktivnost prikupljanja, obrade i distribucije podataka o ponudi i potražnji destinacije	Osiguravanje ažurnih podataka za potrebe informiranja i upravljanje destinacijom	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6.	1.-12. mj.	Ažurirana baza podataka
				TZGKC		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITE LJ/ PARTN ERI	TROŠKOVI KN	ROKOV MJ. 2020.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>3.6. Turističko-informativne aktivnosti</b>						
3.6.1. Upravljanje Turističko informativnim centrom	TZGKC se brine o funkcioniranju Turističkog-informativnog centra u kojem je zaposlen 1 informator (uključujući trošak plaće). TIC je kvalitetno opremljen sa svim potrebnim namještajem te IT opremom.	Osigurati kvalitetan TIC koji posjeduje ažurne informacije te kompetentne zaposlenike.	TZGKC	100.422,15  TZGKC	1.-12. mj.	Izveštaj o radu TIC-a
<b>3.7. Marketinške i poslovne suradnje</b>						
3.7.1. Aktivnosti oglašavanja aktivnosti i turističkih proizvoda TZGKC – Udruženo oglašavanje	Aktivnosti oglašavanja turističkih proizvoda (Fašnik, Podravski ceker, Podravski motivi, Renesansni festival, 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, danica.hr), tiskovine (Glas Podravine, Podravski list), radio (radio Koprivnica, radio Drava, radio Glas Podravine) jumbo table u Gradu (ulazni panoi u grad Koprivnicu)  ----- Realizacija: izrada media plana oglašavanja, ugovaranje oglašavanja, kreiranje i dostava potrebnih inputa, koordinacija sa medijima, nadzor provedbe objavljivanja, analiza učinkovitosti oglašavanja Napomena: uslijed epidemije Korona virusa brojni fondovi poput udruženog oglašavanja, Top	Cilj oglašavanja je pravovremeno i kvalitetno informirati ciljane tržišta o turističkim aktivnostima i proizvodima u gradu Koprivnici i okolici.	TZGKC	2.950,00  TZGKC	1.-12. mj.	Realiziran media plan  Promocija turističkih aktivnosti, proizvoda i destinacije  Analiza učinkovitosti



	dogadjanja nisu aktivirani tokom 2020. Također ni brojne aktivnosti nisu realizirane uslijed mjera zabrane okupljanja pa samim time ni marketinško ulaganje nije bilo planirano.					
<b>4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>						
<b>4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor</b>						
4.1.1. Sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor	U skladu sa uputama i zahtjevima HTZ-a TZGKC participira u razvoju i upravljanju sustava eVisitor. ----- Realizacija: prikupljanje te obrada informacija i podataka, pružanje podrške dionicima, komunikacijski posrednik između sustava eVisitor i dionika	Osiguravanje ažurnih podataka o dolascima i noćenjima te naplata turističke pristojbe kao i pružanje podrške korisnicima sustava eVisitor.	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6. TZGKC	1.-12. mj.	Ažuran i funkcionalan sustav eVisitor
4.1.2. Uspostavljanje sustava poslovne inteligencije – baze podataka	Razvoj i ažuriranje baze podataka subjekata direktno i indirektno vezanih na turističku ponudu (smještajni kapaciteti, ugostiteljstvo, tur. agencije, ljekarne, trgovine i sl.).	Osiguravanje ažurnih kontakt informacija i podataka svih turističkih dionika na jednom mjestu	TZGKC	Troškovi sadržani u točki 6. TZGKC	1.-12. mj.	Ažurna baza podataka
<b>4.2. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša</b>						
4.2.1. Sudjelovanje u procesima izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata	Realizacija: kontinuirano praćenje izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja u korelaciji s JLS-ima i Zavodom za prostorno planiranje Koprivničko-križevačke županije za prostor Koprivnice, Ministarstvom turizma i sporta te drugim ministarstvima	Osiguranje dugoročnog i kontinuiranog razvoja održivog turizma	TZGKC JLS	Troškovi sadržani u točki 6.1. TZGKC	1.-12. mj.	Uključenost turističkih zona i turističke infrastrukture u prostorne planove

regulacije i upravljanja grada Koprivnice i okolice						
4.2.2. Sudjelovanje u aktivnostima uređenja mjesta i suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji	TZGKC kontinuirano surađuje s Gradom Koprivnicom i gradskim komunalnim poduzećem Komunalac d.o.o. na uređenju glavnih gradskih površina u smislu davanja smjernica o uređenju zelenih površina, šetnica i sl. kao i na suradnji sa dionicima javnih usluga, raznih servisa i komunalnih službi.	Kvalitetna prezentacija destinacije, kvalitetna suradnja sa privatnim i javnim sektorom u cilju što kvalitetnije turističke ponude te osiguranja jedinstvenog i sigurnog doživljaja za svakog posjetitelja.	TZGKC  JLS, Komunalac d.o.o., razne službe u privatnom i javnom sektoru	Troškovi sadržani u točki 6.1.  TZGKC	1.-12. mj.	Koordinacijske aktivnosti  Doživljaj posjetitelja o destinaciji

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKovi MJ. 2020.	POKAZATELJI
	ZADACI			IZVORI FINANCIRANJA		
<b>5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>						
TZGKC nije član međunarodnih turističkih organizacija ni srodnih udruženja.						
<b>6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>						
<b>6.1. Plaće</b>						
6.1.1. Plaće za redovne aktivnosti ureda TZGKC	U uredu TZGKC zaposleni su na neodređeno radno vrijeme: direktor ureda, voditeljica EU projekata/računovodkinja te 1 pomoćni radnik koji je bio zaposlen samo prva dva mjeseca 2020. U ovu stavku su uključene: bruto plaće za redovni rad te naknade u skladu s Pravilnikom o radu.  ----- Vođenje evidencija radnog vremena, vođenje	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada	TZGKC	351.268,25  TZGKC	1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i  Prihvaćen Izvještaj o radu

	knjigovodstva, obračun i isplate plaće, ovjeravanje dokumentacije					
<b>6.2. Neoporezivi primici</b>						
6.2.1. Neoporezivi primici zaposlenima u uredu TZGKC	U ovu stavku su uključeni neoporezivi primici propisani Zakonom (prijevoz, regres, nagrada, božićnica, topli obrok, dar za dijete)	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada	TZGKC	26.231,15	1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i  Prihvaćen Izvještaj o radu
	Vođenje knjigovodstva, obračun i isplate neoporezivih primitaka, ovjeravanje dokumentacije			TZGKC		
<b>6.3. Dnevnice</b>						
6.3.1. Trošak dnevnica za putovanja u zemlji i inozemstvu	U ovu stavku su uključeni troškovi dnevnica za putovanja zaposlenika TZGKC u sklopu Programa rada 2020. Napomena: većina službenih putovanja onemogućena su uslijed pandemije korona virusa ili nije bilo potrebe za njima.	Kvalitetno djelovanje TZGKC ostvarivanjem aktivnosti sukladno Programu rada 2020.	TZGKC	500,00	1.-12. mj.	Realizacija planiranih aktivnosti  Kvalitetno i pravodobno proveden Program rada i  Prihvaćen Izvještaj o radu
	Vođenje evidencija putovanja, vođenje knjigovodstva, obračun i isplate dnevnica i troškova putovanja, ovjeravanje Dokumentacije			TZGKC		
<b>6.4. Materijalni troškovi</b>						
6.4.1.	Troškovi se odnose na režijske troškove,	Osigurati	TZGKC		1.-12. mj.	Kvalitetno i pravodobno

Materijalni troškovi za redovni rad ureda	komunalne usluge, sitni inventar, uredska oprema i materijal, troškove platnog prometa, troškovi poštarine, trošak PDV-a, usluge održavanja prostora i prijevoznih sredstava, usluge raznih servisa, usluge reprezentacije, trošak fiksnog telefona, mobitela i interneta i sl. ----- Realizacija: odabir dobavljača, kontrola isporučenog, administrativni i financijski menadžment, ovjeravanje dokumentacije i vođenje knjigovodstva	efikasno i ekspeditivno djelovanje ureda TZGKC i izvršavanje Programa rada 2020.		153.218,38		proveden Program rada i  Prihvaćen Izvještaj o radu
				TZGKC, JLS		

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS	CILJEVI	NOSITELJ/ PARTNERI	TROŠKOVI KN	ROKOVI MJ. 2020.	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 Epidemija – uglavnom mail sjednice	Osigurati pravovremeno i efikasno djelovanje tijela turističke zajednice	TZGKC	-  TZGKC	1.-12. mj.	Prihvaćeno Izvješće o provedbi programa rada
--	--	--	-------	----------------	---------------	---

### 7. REZERVA

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

### 8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

U 2020. godini nije ostvaren manjak prihoda.

## 4. RELIZACIJA FINANCIJSKOG PLANA

### Izvešće o izvršenju programa rada – Tablični prikaz

		PRIHODI	Plan 2020.	Rebalans 2020.	Realizacija 2020.	udio % u realizaciji	indeks realizacija /rebalans
1.		Izvorni prihodi	650.000,00	465.000,00	579.585,42	44 %	125
	1.1.	Turistička pristojba	100.000,00	15.000,00	32.590,24	2 %	217
	1.2.	Članarina	550.000,00	450.000,00	546.995,18	41 %	121
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	283.000,00	220.000,00	227.260,30	17 %	103
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	520.000,00	10.000,00	10.000,00	0,5 %	100
4.		Prihodi iz EU fondova	-	-	74.799,87	6 %	-
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	1.095.000,00	115.000,00	73.612,04	6 %	64
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	-	-	354.232,85	27 %	-
7.		Ostali prihodi	15.100,00	100,00	7.338,37	0,5 %	734

		AKTIVNOSTI	Plan 2020.	Rebalans 2020.	Realizacija 2020.	udio % u realizaciji	indeks realizacija /rebalans
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE					
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	12.000,00	-	-		
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	-	-	-		
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	-	-	-		
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA					
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	-	-	-		
	2.2.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.083.200,00	181.755,00	228.520,24	26 %	126
	2.3.	Turistička infrastruktura	2.000,00	1.000,00	1.079,69	0,2%	108
	2.4.	Podrška turističkoj industriji	-	-	-		
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE					
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	-	-	-		
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	-	-	2.055,02	0,4 %	-
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	110.000,00	10.000,00	9.656,25	1 %	96
	3.4.	Internetske stranice	8.000,00	10.000,00	7.417,25	0,9 %	74
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	-	-	-		
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	136.800,00	101.000,00	100.422,15	11 %	99
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje	230.000,00	8.000,00	2.950,00	0,4 %	37

4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT					
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	-	-	-		
	4.2.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	-	-	-		
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	TZGKC nije član međunarodnih turističkih organizacija ni srodnih udruženja.				
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI					
	6.1.	Plaće	393.000,00	350.845,00	351.268,25	40 %	100
	6.2.	Neoporezivi primici	87.900,00	28.500,00	26.231,15	3 %	92
	6.3.	Dnevnice	40.000,00	2.000,00	500,00	0,1 %	25
	6.4.	Materijalni troškovi	445.200,00	117.000,00	153.218,38	17 %	129
	6.5.	Tijela turističke zajednice	15.000,00	-	-		
7.		REZERVA	-	-	-		
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	-	-	-		
		<b>SVEUKUPNO 1</b>	<b>2.563.100,00</b>	<b>810.100,00</b>	<b>883.318,38</b>	<b>100 %</b>	<b>108</b>
9.		<b>FONDOVI - posebne namjene</b>					
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	-	-	-		
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	-	-	-		
		<b>SVEUKUPNO 2</b>					
<b>TOTAL</b>		<b>SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2</b>	<b>2.563.100,00</b>	<b>810.100,00</b>	<b>883.318,38</b>		

## 5. ZAKLJUČAK

Obzirom na turbulentnu, neizvjesnu i epidemijom obilježenu 2020. godinu, Turistička zajednica grada Koprivnice je u vrlo uskim i ograničavajućim okvirima provodila svoje aktivnosti vodeći se prije svega mjerama Nacionalnog i Lokalnog stožera civilne zaštite te Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice.

Kontinuitet organizacije velikih događanja kako u Koprivnici tako i van našeg grada, kao i većeg dijela marketinških aktivnosti nije bio moguć zbog paraliziranog gospodarstva, naročito turističkog sektora veći dio 2020.

Ono što moramo posebno istaknuti je naša svrsishodnost jer bez obzira na našu glavnu marketinšku ulogu uvijek težimo ekonomskoj isplativosti naših aktivnosti, bilo u Koprivnici,

bilo van našeg Grada te smo kao konkretnu mjeru uzeli smanjenje plaća zaposlenika u visini 15% .

Obzirom na kriznu 2020. koja je obilježila cijelo gospodarstvo naše zemlje, te nezavidnog položaja posebno za turistički sektor – najavljeni rezovi turističke članarine kao i znatno smanjeni prihodi od turističke pristojbe, pokrenuli smo inicijativu Udruživanja TZ-ova i općina u jednu smislenu tvorevinu destinaciju Podravine s intencijom razvoja i jačanja turističkih potencijala tog područja te konkuriranja na turističkom tržištu.

Također u ovdašnjim turbulentnim i neizvjesnim vremenima treba se okretati drugim izvorima financiranja – fondovima Europske unije, naravno sa kvalitetnim projektima, iz razloga što su dosadašnji partneri u našem okruženju pogođeni sveprisutnom gospodarskom krizom i nisu u mogućnosti podržati naše projekte.

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

Predsjednik

Mišel Jakšić