



**Pan i program rada  
Turističke zajednice Grada Petrinje  
za 2021. godinu**

Prihvaćen na 1. (elektronskoj) sjednici Turističkog vijeća od 17.12.2020., uz prethodnu suglasnost TZ Sisačko-moslavačke županije, donesen na 2. (elektronskoj) sjednici Skupštine 24.12.2020.

## UVOD

Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. stupio na snagu novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), Hrvatska turistička zajednica izradila je novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Cilj nove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvješćivanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica. U skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne su se u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom dok su se regionalne turističke zajednice u postupku donošenja godišnjeg programa rada obvezne međusobno usklađivati i koordinirati s Hrvatskom turističkom zajednicom.

Turistička zajednica Grada Petrinje uskladila je svoje aktivnosti prema odredbama Zakona te je donijela novi Statut uz prethodnu suglasnost Ministarstva turizma i provela nove izbore za tijela turističke zajednice na osnivačkoj Skupštini održanoj 30. listopada 2020. godine. Na sjednici Skupštine donesen je Poslovnik o radu Skupštine TZG Petrinje, potvrđeni su mandati novih članova Skupštine, donesene su odluke o imenovanju članova Turističkog vijeća i predstavnika u Skupštinu TZ SMŽ za mandatno razdoblje 2020. do 2024. godine.

## 1. PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE – POLAZIŠTE

### Osnovne pretpostavke planiranja

Prilikom definiranja strategije i provedbenog plana turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

A. **razvoj i marketing destinacije** kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.

**B. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa** kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.

**C. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji** te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

### **Zadaće Turističke zajednice Grada Petrinje**

Zadaće turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, sadržane u Statutu TZG Petrinje (Službeni vjesnik broj 53/2020) su sljedeće:

#### **1. Razvoj proizvoda**

1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije

1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji

1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda

1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste

1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije

1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja

1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji

1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima

1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije

1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

## **2. Informacije i istraživanja**

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

## **3. Distribucija**

- 3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- 3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu
- 3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu
- 3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom
- 3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom ili ovim Statutom.

## **2. UVOD U PROGRAM RADA**

### **Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi turističke zajednice**

Uvažavajući globalne smjernice, **kratkoročni strateški ciljevi** turističke zajednice su: poticanje i doprinos očuvanja prirodnih i kulturnih resursa, zaštita zdravlja kako domaćih stanovnika tako i gostiju temeljenih na sigurnom organiziranju događanja s primjenjivanjem sigurnosnih mjera Stožera civilne zaštite, poticanje nositelja turističke ponude na pridržavanje mjera zaštite i sigurnosti gostiju te održivom upravljanju destinacijom na svim razinama.

## **Dugoročni strateški ciljevi (Strateški plan razvoja turizma destinacije Petrinja):**

### **Cilj 1. Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja za turistički razvoj grada**

Da bi se turizam mogao razvijati kao jedna gospodarska aktivnost, ideju njegova razvoja trebaju razumjeti i prihvatiti svi dionici toga razvoja, a prije svega, lokalno stanovništvo koje ima veliku ulogu u stvaranju turističkog doživljaja. Da bi se stvorila poticajna klima potrebno je: kontinuirano provoditi edukacije lokalne populacije kako bi se, upoznala s raznolikošću i potencijalima svoje resursne osnove i važnosti usmene promocije kao i ulogom svakog pojedinog člana te zajednice u brizi o svojoj vlastitoj imovini koja čini dio te destinacije; važno je osigurati kontinuiranu brigu o zaštiti okoliša i kulturnih dobara, stvarati preduvjete za osposobljavanje malih i srednjih poduzetnika koji već investiraju ili žele investirati u turizam (ugostitelji, OPG-ovi i dr.) te osigurati edukacije o važnosti i načinima njegovanja tradicionalnih lokalnih vrijednosti (stil života i običaji) i načinima njihove prezentacije. U suštini, ključno je iz turizma kao dodatne, gotovo hobi aktivnosti privatnih poduzetnika razviti turističku ponudu.

### **Cilj 2. Uređenje destinacije za život i posjet**

Svaka turistička destinacija u kojoj turisti mogu osjetiti 'brigu' za detalje, stvara ugođaj za boravak turista i podiže razinu njihova zadovoljstva. Zbog toga je uređenje destinacije jedan od glavnih zadataka koju je potrebno kontinuirano provoditi. Pri tome je važno, u što je većoj mjeri moguće, odgovorno se odnositi prema svim naslijeđenim vrijednostima i sačuvati ih u što je više mogućim izvornim oblicima jer oni čine Petrinju posebnom. Uređenje destinacije bitno je prije svega za zadovoljstvo življenja u ovome gradu.

### **Cilj 3. Stvaranje turističke infra i supra strukture**

Da bi se turistički proizvodi mogli koristiti i da bi se cijela turistička ponuda uspješnije komercijalizirala potrebno je povećati kvalitetu raspoložive smještajne ponude. Postojeće objekte moguće je urediti u skladu s turističkim iskustvima koji se ovdje nude pa se tako mogu tematizirati (obiteljski pansioni, boravak u ruralnim prostorima). Dalje, kad je riječ o ugostiteljskoj ponudi cilj je povećati raznolikost ponude u smislu nuđenja tradicionalnih jela, izgleda i ambijenta objekata, kvalitetu

usluživanja. Uz ovu ponudu, a s obzirom na razvoj turističkih proizvoda, cilj je u destinaciji imati ponudu kvalitetnih trgovina specijaliziranih za pojedine tržišne niše (npr. ponuda opreme za hodanja i planinarenje, mogućnost najma bicikala, ribički pribor i sl.).

#### **Cilj 4. Stvaranje zanimljivih turističkih proizvoda**

S ciljem stvaranja konkurentske prednosti Petrinje kao izletničke turističke destinacije potrebno je stvoriti niz privlačnih turističkih proizvoda koji će u sebi imati ugrađeni dio specifičnosti petrinjskoga kraja. To znači da će se naglašavati prirodne ljepote i raznolikosti resursne osnove pa je cilj stvarati teme koje su tržištu relevantne i zanimljive. Iste je potrebno aktivno promovirati te nuditi najprije na bližim tržištima, a onda razvojem ponude i šire u regiji.

#### **Cilj 5. Stvaranje prepoznatljivosti Petrinje kao turističke destinacije**

Iako je stvaranje prepoznatljivosti na tržištu često dug i složen proces rad na prethodno navedenim strateškim ciljevima voditi će etabliranju Petrinje kao turističke destinacije i stvaranju njene prepoznatljivosti. To bi trebalo voditi povećanju turističkog prometa i intenziviranju turističkih aktivnosti. Da bi se ostvario ovaj cilj važno je uspostavljati djelotvoran i koordiniran pristup marketingu, posebno promociji i prodaji.

Strateški ciljevi usmjereni su ka ostvarenju vizije turističkog razvoja koja glasi:

*Petrinja je prepoznatljiva izletnička destinacija koja privlači svojim pitomim krajobrazom, vrijednom kulturno-povijesnom baštinom i kvalitetnom gastronomskom ponudom.*

#### **Akcijски planovi turističke zajednice koji proizlaze iz strateških ciljeva i dokumenata**

Na temelju strateškog cilja stvaranja prepoznatljivosti Petrinje kao turističke destinacije, TZ je započela s projektom brendiranja grada Petrinje koji se nadovezuje na postojeći Strateški plan razvoja turizma destinacije Petrinja i na Akcijски plan razvoja turizma destinacije Petrinja (Institut za turizam) te na razrađenu turističku atrakcijsku osnovu grada Petrinje. Osnova brendiranja je diferencijacija, odnosno razlikovanje od drugih. Brend mora pokazati da je riječ o gradu koji je po nečemu poseban, jedinstven i drugačiji. Vrijednost brenda i

kvalitetnog brendiranja temelji se na povećanju razine prepoznatljivosti i vrijednosti destinacije u očima njezinih ciljnih skupina. Tako će potencijalni posjetitelji, od gradova koji nude sličnu turističku, gastronomsku ili kulturnu ponudu, izabrati destinaciju koja se ističe od ostalih i koja ima veću razinu privlačnosti ili budi pozitivnije asocijacije i emocije, odnosno biraju destinaciju koja ima jače izražen i razvijeni brend.

### **Podatci o ostvarenom turističkom prometu u tekućoj godini:**

Na području grada Petrinje ima 16 registriranih privatnih iznajmljivača koji sveukupno imaju 131 ležaj (124 osnovna i 7 pomoćnih). To su: Stari krovovi (sobe), Gostionica MIS (apartman, sobe), Damir Vadlja (apartmani, sobe), Štefica Obad (kuća za odmor), Vladimir Panežić (apartman), Hrvoje Petković (apartmani, sobe), Nevenka Rajković (kuća za odmor Villa Nina), Marinko Švarc (kuća za odmor), Dijana Grubić - Apartman Centar, Tihomir Kovačević (apartman), Meandar (apartman, sobe), Danijel Jagić (apartman). Na ruralnom području smještaj imaju sljedeći poduzetnici: Korablja Tišinić u Taborištu (sobe), OPG Ivančica Kudlek – Capriccia centar u Nebojanu (sobe, robinzonski smještaj), Mlinski kamen u Brestu Pokupskom (sobe), Vučinić Saša u Gornjoj Bačugi (kuća za odmor).

Od 1.1.2020. do 30.11.2020. ostvareno je 1.619 dolazaka i 10.299 noćenja (strani gosti ostvarili su 496 dolazaka i 4.880 noćenja; domaći gosti 1.123 dolazaka i 5.419 noćenja). U istom razdoblju 2019. godine ostvareno je 2.205 dolazaka i 9.637 noćenja (strani 721 dolazaka i 4.524 noćenja; domaći 1.484 dolazaka i 5.113 noćenja). U tekućoj godini ostvareno je 27% manje dolaska i 7% više noćenja u odnosu na 2019. godinu.

### **Procjena fizičkog obujma turističkog prometa u predstojećoj godini**

Budući da su globalne smjernice i nacionalne aktivnosti usmjerene očuvanju zdravlja i zaustavljanju pandemije Corona virusa, pretpostavka je da će se u sljedećoj 2021. godini turistička kretanja pa time i promet povećati u odnosu na tekuću godinu.



## Osnovni parametri za planiranje prihoda prema izvorima.

Izvorni prihodi turističkih zajednica su prihodi od turističke pristojbe i članarine. Uplaćena sredstva **turističke pristojbe**, raspodjeljuje se sukladno članku 20. Zakona o turističkoj pristojbi („Narodne novine“ broj 52/2019) koji glasi:

Uplaćena sredstva turističke pristojbe iz članka 19. stavka 1. ovoga Zakona financijska institucija kod koje je otvoren račun utvrđen propisima o prihodima za financiranje drugih javnih potreba dostavlja 3,5 % sredstava na poseban račun HTZ-a za razvojne projekte i programe kreiranja novih turističkih programa na turistički nedovoljno razvijenim područjima (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i 2 % sredstava na poseban račun HTZ-a za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), a preostala sredstva raspoređuju se:

- 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, od čega se 30 % sredstava doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana, za poboljšanje uvjeta boravka turista
- 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici i
- 20 % sredstava HTZ-u.

Budući da je u tekućoj godini donesen „Pravilnik o odgodi ili oslobađanju od plaćanja turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na OPG-ima“ od 26.3.2020. (Narodne novine“ broj 36/2020), kojim iznajmljivači plaćaju samo pola iznosa godišnjeg paušala dok se na pomoćni ležaj ne plaća pristojba. Također, veliki broj ostvarenih noćenja odnosi se na sezonske radnike koji su oslobođeni plaćanja turističke pristojbe. Na području grada Petrinje najveći broj iznajmljivača su obveznici paušala, a vjerojatno će mjere po navedenom Pravilniku još potrajati te se po ovoj osnovi ne mogu planirati veći prihodi.

Plan: 8.000 kuna

**Prihodi od članarina** raspoređuju se sukladno članku 12. Zakona o članarinama u turističkim zajednicama („Narodne novine“ broj 52/2019) i to:

Od ukupno uplaćenih sredstava članarine, financijska institucija kod koje je otvoren račun 9 % sredstava izdvaja na posebni račun Hrvatske turističke zajednice (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i 2 % na posebni račun Hrvatske turističke zajednice za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), a preostala sredstva raspoređuju se:

- 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici
- 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici koja je osnovana sukladno zakonu kojim se uređuje sustav turističkih zajednica i
- 20 % sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici (u daljnjem tekstu: HTZ).



Od 1.1.2021. godine stupa na snagu Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama kojim se propisuje daljnje smanjenje turističke članarine za 12% kao parafiskalnog davanja za gospodarstvenike. Navedeno smanjenje dio je mjera predviđenih Akcijskim planom za smanjenje parafiskalnih davanja te Programom Vlade RH 2020.-2024. Ovim Zakonom smanjuju se stope na temelju kojih se članarina obračunava i to za sljedećih pet skupina: smještaj i ugostiteljstvo, prijevoz putnika, cestovni prijevoz, elektroničke usluge, poštanska djelatnost, emitiranje programa i trgovina na veliko i malo.

Plan: 103.000 kuna

**Prihodi iz Proračuna Grada Petrinje** na temelju Odluke donesene na sjednici Gradskog vijeća održanoj 16. studenog 2020. godine.

Plan: 1.350.000 kuna

**Prihodi od sustava turističkih zajednica** su sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koje dodjeljuje Hrvatska turistička zajednica (HTZ) i sredstva regionalne turističke zajednice Sisačko-moslavačke županije (TZ SMŽ) u skladu s Pravilnicima i Javnim pozivima.

Plan: 240.000 kuna.

**Prihodi od gospodarske djelatnosti** moguće je ostvariti od prodaje suvenira, od zakupa štandova i kućica za manifestacije, prihodi od organizacije manifestacija i priredbi koje pridonose turističkom identitetu destinacije kao što su sponzorstva i sl.

Plan: 10.000 kuna.

**Ostali prihodi** mogu se ostvariti od dragovoljnih članova Skupštine turističke zajednice, od pravnih i fizičkih osoba koje podupiru određenu aktivnost koju provodi turistička zajednica te ostale donacije, potpore i pomoći.

Plan: 20.000 kuna.

## **AKTIVNOSTI**

Prilikom planiranja aktivnosti, turističke zajednice, pored zakonskih odrednica, dužne su voditi računa o smjernicama iz nacionalnih marketinških strateških dokumenata, a posljedično navedenom i regionalnih strateških marketinških dokumenata koji se poštujući načelo unificiranosti i konsolidacije naslanjaju na nacionalne dokumente.

Po uzoru na iskazano, lokalne turističke zajednice, u izradi strateških dokumenata i akcijskih planova koji imaju za cilj strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini, dužne su pratiti odrednice iz nacionalnih, odnosno regionalnih strateških dokumenata. No, na nacionalnoj kao i regionalnoj razini, strateški dokumenti tek se planiraju za sljedeću 2021. godinu. S obzirom da je globalno usmjerenje na očuvanju prirodnih i kulturnih resursa, zaštiti, zdravlja i sigurnosti te održivom upravljanju destinacijom na svim razinama, TZ će se pridržavati ovih smjernica u narednom razdoblju, s naglaskom na razvoju turističkih proizvoda i nadalje se voditi svojim strateškim dokumentima Strateški i Akcijski plan razvoja turizma destinacije Petrinja koje je izradio Institut za turizam kao i ovogodišnjem dokumentu Upravljanje kvalitetom razvoja turizma SMŽ (Institut za turizam).

## **1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

### **1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata**

#### **Projekt brendiranja grada Petrinje i razrada brend komunikacije**

##### **Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica započela je s projektom brendiranja grada Petrinje u 2020. godini. Ugovor o izradi dokumenta potpisan je s visokom školom za komunikacijski menadžment i turizam Edward Bernays u partnerstvu s agencijom za integrirano tržišno komuniciranje Millenium promocija iz Zagreba. Zbog okolnosti uvjetovanih pandemijom te s vidno manjim prihodima, TZ je na neko vrijeme obustavila aktivnosti u suradnji s izvoditeljima te je dogovoreno njegovo dovršavanje i promoviranje u sljedećoj godini.

Da bi destinacija postala prepoznatljiva i posebnija, ovim projektom žele se istaknuti komparativne prednosti, a početno je utvrditi sadašnji stvarni identitet grada nakon čega se pristupa njegovom oživotvorenju i komuniciranju što uključuje fokusiranje resursa na selektiranje atributa radi postizanja atraktivnog, smislenog i obvezujućeg diferenciranja grada u odnosu na konkurente. U sklopu brendiranja provodit će se sljedeće aktivnosti: istraživanje javnog mnijenja putem kojega se dolazi do relevantnih informacija u ključnim uporištima identiteta, prepoznatljivosti i imidža te kvalitete turističke ponude u destinaciji; razvoj identiteta brenda kao nužan preduvjet za uspješno pozicioniranje i promociju brenda destinacije; osmišljavanje komunikacijske strategije brenda koja predstavlja jedno od glavnih aktivnosti

upravljanja brendom, a manifestira se kao čin komuniciranja i prenošenja važnih i usredotočenih poruka o brendu do ključnih dionika.

**Ciljevi izrade dokumenta su:**

Cilj brendiranja destinacije jest ojačati njenu prepoznatljivost, vezati uz nju pozitivne vrijednosti i asocijacije, izgraditi moćni brend za grad Petrinju, dobro prihvaćen među stanovnicima, posjetiteljima, turistima i ulagačima, ali i čitateljima, slušateljima i gledateljima medija i koji će sukladno tome doprinijeti ostvarivanju većih prihoda u destinaciji na račun svoga imidža.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ, Grad Petrinja

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

85.000 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

Lipanj 2021.

**1.2. Istraživanje i analiza tržišta:**

U sklopu izrade projekta brendiranja, nužno je provesti istraživanje javnog mnijenja kao polazišta u procesu brendiranja. Kroz ovo istraživanje dolazi se do relevantnih informacija o ključnim uporištima identiteta destinacije, prepoznatljivosti i imidžu destinacije te kvaliteti turističke ponude u destinaciji. Provođen će se istraživanje javnog mnijenja u koji će biti uključena agencija za istraživanje javnog mnijenja i to CATI – telefonska anketa koja obuhvaća opću populaciju, nacionalno, 18+ godina te stratificiran i reprezentativan uzorak (spol, dob, naobrazba, prebivalište). Provest će se i intervjui s ključnim predstavnicima destinacije (kvalitativno istraživanje u formi dubinskih intervjua s odabranim osobama).

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

50.000 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

Travanj 2021.

**1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:**

Da bi se prikupile vrijedne povratne informacije koliko je turistička promocija rezultirala dolascima u destinaciju, te da bi se dobio uvid u stavove i zadovoljstva turista pojedinim elementima ponude, TZ će provoditi aktivnosti na dobivanju povratnih informacija o ulaganjima zajednice na svim razinama promocije, te provoditi razne ankete koje se provode ispitivanjem javnog mnijenja. (npr. ispitivanje turista o doživljaju destinacije).

TZ planira provesti istraživanje kroz različite upitnike za smještajne jedinice, atrakcije i druge dionike kako bi se došlo do informacija o detaljnim obilježjima smještajnih jedinica, njihovim planovima za unapređenje ponude, oznakama kvalitete kao i zadovoljstvo podrške od strane javnog sektora kroz organiziranje radionica, programa edukacija, promocijskih aktivnosti i sl.

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.000 kn**

## **2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**

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

TZ je definirala svoju **resursnu osnovu** prema metodologiji dr. sc. Eduarda Kušena u svom strateškom dokumentu. No, resursna osnova se kontinuirano nadopunjuje sukladno razvoju novih atrakcija. Temeljem aktualnih i živućih atrakcija koje su primjenjive i koje su spremne za tržište, TZ će definirati ključne attribute i poruke potencijalnim korisnicima uz identificiranje ciljnih skupina kojima se turistički proizvodi nude.

TZ je prethodnih godina razvila više tematskih **kulturno-turističkih ruta** za područje grada, ali također povezujući i šire regionalno područje posebice kada se tema proteže na ostala mjesta i gradove SMŽ. TZ će nastaviti suradnju s turističkim vodičima uz provođenje zajedničkih aktivnosti objedinjavanja kulturnih ruta povezujući elemente ponude u pakete destinacijskih doživljaja i proizvoda.

Na razvoju **događanja u destinaciji**, TZ kontinuirano godinama radi, potičući i brojne druge subjekte kao što su kulturne, sportske i ostale udruge i društva te ustanove i druge asocijacije koje svojim programima povećavaju motive dolaska u destinaciju kako za individualne tako i za grupne goste.

S ciljem razvoja ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije, TZ će poticati i u suradnji s drugim dionicima valorizirati postojeće turističke proizvode i objединiti ih u pakete turističkih proizvoda.

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000 kn**

### **2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:**

#### **➤ Fokus na turističku industriju:**

Sukladno smjernicama Ministarstva turizma, TZ će u koordinaciji s Turističkom zajednicom Sisačko-moslavačke županijske provoditi aktivnosti na označavanju kvalitete i dodjeli oznaka kvalitete nositeljima turističke ponude (smještajne jedinice, ugostitelji i sl.)

S ciljem podizanja kvalitete ponude u destinaciji, TZ će na godišnjoj razini, kontinuirano, surađivati s predstavnicima turističke ponude po proizvodima. Kao i do sada, TZ će i ubuduće TZ provoditi koordinaciju i komunikaciju s dionicima, potičući ih na unapređenje i povećanje uvjeta boravka turista (npr. suradnja TZ-a s ugostiteljima, nositeljima smještaja itd.).

### **2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:**

TZ organizira brojne **manifestacije** koje obogaćuju ponudu u gradu i koje doprinose većem broju dolaska u destinaciju. Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno-zabavnih sportskih i sl. manifestacija u destinaciji

**Sveukupan iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 745.000 kn**

#### **2.3.1. Petrinjski fašnik**

##### **Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica organizira fašnik od 1997. godine, a program obuhvaća promenade maškara ulicama grada uz sudjelovanje dječjih skupina od vrtića do škola te ostalih skupina udruga i društava. Prigodni program uz primopredaju tzv. ključeva od Grada održava se na Trgu hrvatskih branitelja. Budući da je ova manifestacija planirana za početak godine kada je vrijeme karnevala, upitno je njezino organiziranje, ali u slučaju poboljšavanja uvjeta, TZ će pristupiti organizaciji.

Troškovi organizacije i provedbe uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja;
- Izrada plakata namijenjenih promociji i najavi;
- Troškovi zabavnog programa;
- Angažman voditelja programa i animatora;
- Najam razglasa i pozornice;
- Troškovi reprezentacije.

##### **Cilj aktivnosti:**

Organizacijom fašnika, obogaćuje se ponuda i razvoj destinacije, ali i svijesti građana i najmlađih sugrađana o njegovanju tradicijskih vrijednosti i prenošenju običaja na buduća pokoljenja.

##### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ, POU Hrvatski dom

##### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

15.000,00 kn

##### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

Veljača 2021.

### **2.3.2. Biciklijada**

#### **Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica organizira Biciklijadu od 2001. godine koja značajno pridonosi razvoju cikloturizma u destinaciji na svim razinama. Organizacija se provodi u suradnji s ključnim partnerima koji posjeduju stručna znanja, iskustvo i ideje/prijedloge za dugoročni razvoj turističkog proizvoda na našem području. U sklopu programa, cikloturistima se predstavlja destinacija i njezini proizvodi uz vožnju ciklo rutama grada Petrinje i posjet OPG-ima kao i razni sadržaji od natjecanja do gastronomske ponude domaćih proizvoda.

Troškovi organizacije i provedbe biciklijade uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja
- Redizajn logotipa i snimanje promotivnog video spota ;
- Izrada plakata i letaka namijenjenih promociji i najavi biciklijade;
- Troškovi izrade materijala (smjerokazi, promotivne majice i sl.)
- Troškovi pratnje i osiguranja biciklijade
- Angažman voditelja programa i sportskih animatora;
- Najam razglasa;
- Troškovi reprezentacije

#### **Cilj aktivnosti:**

Razvoj cikloturizma kao jednog od najzastupljenijih turističkih proizvoda na području destinacije te razvijanja svijesti o općoj dobrobiti aktivnog i rekreacijskog bavljenja sportom u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ, Orlić sport, OPG Kudlek

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

40.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

lipanj 2021.

### **2.3.2. Ljeto u Petrinji**

#### **Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica organizira razne ljetne kulturno-zabavne programe koji se održavaju na Gradskom kupalištu, kulturnom mjestu za građane i goste u ljetnim mjesecima. U sklopu ljeta održavaju se i gastronomske programi kao što su Fišijada i Ribička noć, Knedlijada i sl. te koncerti poznatih estradnih umjetnika i domaćih glazbenika. Organizacija se provodi u suradnji s ključnim partnerima koji posjeduju stručna znanja, iskustvo i prijedloge za dugoročni razvoj turističkog proizvoda na našem području.

**Troškovi organizacije i provedbe programa uključuju sljedeće:**

- Marketinška kampanja;
- Redizajn logotipa i snimanje promotivnog video spota ;
- Izrada plakata i letaka namijenjenih promociji i najavi programa;
- Angažman glazbenih izvođača i ostalih sudionika u programu
- Angažman voditelja programa;
- Najam razglasa i rasvjete;
- Troškovi reprezentacije

**Cilj aktivnosti:**

Glavni cilj ove manifestacije je obogaćivanje ljetnih mjeseci s programima koji će poticati goste na dolazak u destinaciju i koji će uz programe koji se organiziraju, također moći uživati i doživjeti brojne sadržaje i turističke proizvode na Gradskom kupalištu (plivanje, vožnja čamcima, odbojka u pijesku, bicikliranje i dr.) i u okruženju.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ, Poslovne zone, Gradsko kupalište, Udruge (kulturne, sportske)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

180.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

Lipanj / srpanj 2021.

**2.3.4. Petrinjske legende i priče****Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica organizira glazbeno-scenski program Petrinjske legende i priče od 2012. kako bi svake godine predstavila bogatu pričama i legendama svoju destinaciju i oživjela povijest na kreativan način. Budući da je u tekućoj godini, program prenamijenila u virtualnu šetnju i snimila četiri videa koji su predstavljeni na YouTubu turističke zajednice, planira se da bi i sljedeće godine, nastavila sa snimanjima i predstavljanju turističkih resursa na suvremen i virtualan način, posebice što se još uvijek ne zna kakva će biti situacija u sljedećoj godini s pandemijom Corona virusa, a glazbeno-scenski program uvjetuje veliki broj sudionika i bliske kontakte. Stoga, pristupa se daljnjem snimanju virtualnih priča uz daleko manji broj sudionika koje će se snimati uz kulturno-povijesne i prirodne resurse grada Petrinje.

**Troškovi organizacije i provedbe uključuju sljedeće:**

- Marketinška kampanja;
- Troškovi snimanja promotivnih videa;
- Izrada promotivnog materijala namijenjenih promociji;
- Troškovi pisanja scenarija i režije;



- Angažman glazbenih izvođača;
- Angažman glumaca i amaterskih skupina;
- Troškovi reprezentacije

**Cilj aktivnosti:**

Razvoj kulturnoga turizma temeljenog na povijesnim činjenicama i legendama te daljnji razvoj turističkih ruta na području grada u sklopu kojih će se pričati i oživljavati bogata događanjima minula stoljeća. Također, jedan od ciljeva je i razvijanje svijesti o općoj kulturi, njegovanju baštinjenoga, očuvanja nematerijalnih kulturnih dobara i promišljanja o daljnjim aktivnostima na unapređenju turističke ponude destinacije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

60.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

studeni 2021.

**2.3.5. Lovrenčevo u Petrinji**

**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica organizira Lovrenčevo od svoga osnutka 1996. godine u suorganizaciji i koordinaciji s Gradom i ostalim ustanovama. Lovrenčevo traje oko deset dana i u sklopu ove najveće gradske manifestacije, organiziraju se kulturni programi kao što su izložbe i promocije, sportski programi, glazbeno-zabavni, vjerski, kao i programi posvećeni danima kada je Petrinja oslobođena u vojno redarstvenoj akciji Oluja. Lovrenčevo je posvećeno zaštitniku grada i župe sv. Lovri, kojega su građani izabrali za svoga patrona budući da je na blagdan sv. Lovre 1594. godine, po prvi put kršćanska vojska oslobodila utvrdu koju su izgradili Osmanlije na ušću Petrinjčice u Kupu. TZ planira u sklopu tih dana organizirati i svečanost dodjele priznanja dionicima zaslužnim za obogaćivanje turističke ponude destinacije, zatim glazbeno-zabavni i gastronomski program tijekom cijeloga dana na blagdan sv. Lovre. Detaljne aktivnosti razradit će se u suradnji sa suorganizatorima.

**Troškovi organizacije i provedbe uključuju sljedeće:**

- Marketinška kampanja;
- Izrada promotivnih materijala namijenjenih promociji;
- Troškovi razglasa i rasvjete;
- Angažman glazbenih izvođača i ostalih sudionika programa;
- Angažman voditelja programa;
- Troškovi reprezentacije

**Cilj aktivnosti:**

Razvoj kulturnoga turizma temeljenog na baštini i razvijanje svijesti o pripadnosti i njegovanju baštinjenoga, očuvanja kulturnih dobara i promišljanja o daljnjim aktivnostima na unapređenju turističke ponude destinacije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ, Grad Petrinja, Župni dvor sv. Lovre, POU Hrvatski dom, udruge u kulturi

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

110.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

Kolovoz 2021.

**2.3.6. Lončarstvo Petrinja****Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Program Lončarstvo Petrinja kroz povijest se sastoji od sljedećih aktivnosti – predavanje gospodina Mateja Stanešića, posljednjeg od stare generacije lončara iz Gajeve ulice. Organizacija radionica keramike gdje će polaznici imati mogućnost izrade raznovrsnih predmeta od originalne petrinjske gline (pet radionica). Okrugli stol na temu zaštite lončarstva kao nematerijalnog kulturnog dobra. Petrinjski lončar će izraditi 400 komada keramičkih zdjelica sa znakom petrinjskog lončarstva koje će posjetitelji prilikom obilježavanja dana grada Petrinje dobiti na poklon uz posluženo gastronomsko autohtono domaće jelo. Izrada promotivnog materijala posvećenog tradiciji lončarstva u Petrinji s opisom i popisom današnjih proizvođača keramičkih uporabnih i ukrasnih predmeta. Kulturno-turistička ruta „Priče s lončarskog ognjišta“ - predstavljanje Petrinje kao lončarske destinacije uz stručno vođenje turističkog vodiča i obilaska lončarsko-keramičkih radionica, spomenika i ulica vezanih uz ovu stoljetnu tradiciju. Završna izložba keramičkih proizvoda nastalih na radionicama keramike.

**Troškovi organizacije i provedbe uključuju sljedeće:**

- Marketinška kampanja;
- Troškovi okruglog stola i predavanja;
- Troškovi izrade zdjelica;
- Izrada promotivnih materijala namijenjenih promociji;
- Troškovi radionica;
- Troškovi organizacije završne izložbe;
- Troškovi reprezentacije
- Troškovi promocije kulturne rute

**Cilj aktivnosti:**

Provedba edukativnih radionica polučiti će nove potencijalne umjetnike za rad u glini kao materijalu za kreativno stvaralaštvo, a samom promocijom destinacije kao lončarske zahvaljujući stoljetnoj tradiciji, doprinijeti će razvoju kulturnoga turizma i povećati broj dolazaka. Također, ovim projektom povezuju se domaći s gostima i u interakciji tijekom zajedničke proizvodnje suvenira, stvaraju dobrodošlicu i prenose pozitivne emocije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ, Lončarske radionice, Otvoreni lončarski atelijer

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

100.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

Svibanj/studeni 2021.

**2.3.7. Festival kestena****Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica organizira Festival kestena od 1999. godine zahvaljujući području bogatom kestenovim šumama. Programi se održavaju na dvije lokacije i to na Hrastovačkoj gori u okruženju Planinarskog doma Matija Filjak i vidikovca uz raznovrstan program od rekreativnog planinarenja, branja kestena i zabavnog programa. Drugi dan program se održava u središtu grada uz zabavno-glazbeni program i gastronomsku ponudu. U sklopu manifestacije organizirat će se natjecanje za najbolju slasticu od kestena, programi za djecu i dr. Ovom manifestacijom doprinosi se razvoju gastronomskih proizvoda destinacije Petrinja s naglaskom na promoviranje područja bogato kestenovim šumama u okruženju čistog ekološkog područja.

**Troškovi organizacije i provedbe programa uključuju sljedeće:**

- Marketinška kampanja;
- Izrada plakata i letaka namijenjenih promociji i najavi programa;
- Angažman glazbenih izvođača i ostalih sudionika u programu
- Angažman voditelja programa;
- Najam razglasa;
- Troškovi reprezentacije

**Cilj aktivnosti:**

Ovom manifestacijom doprinosi se razvoju gastronomskih proizvoda destinacije uz poticanje ugostitelja na obogaćivanje ponude s plodovima i proizvodima s područja Petrinje. Također, cilj je promoviranje turističke atrakcijske osnove kao što su bogate kestenove šume, petrinjske planinarske staze i šetnice u okruženju čistog i nezagađenog područja te povećanje dolazaka u destinaciju.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ, Poslovne zone, HPD Zrin, HPD Sveti duh Hrastovica

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

40.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

Listopad 2021.

**2.3.8. Advent u Petrinji****Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica godinama organizira razne programe tijekom prosinca, a zadnjih godina pod nazivom Advent u Petrinji organizira brojne glazbeno-zabavne i prigodne programe na Strossmayerovom šetalištu. Programi se održavaju neposredno uz crkvu sv. Lovre, u paviljonu i u okružju gdje su postavljene kućice s prigodnom prodajom kuhanoga vina s Petrinjskoga vinogorja, petrinjskih kobasica i drugo. Također, organiziraju se programi za djecu, posebice dolazak Djeda Božićnjaka. Posebnost ove manifestacije su i razni programi koji se temelje na tradiciji kao što su Tominje i Petrinjski Betlemaši koji su zaštićeni kao nematerijalno kulturno dobro našega grada.

**Troškovi organizacije i provedbe programa uključuju sljedeće:**

- Marketinška kampanja;
- Izrada plakata i letaka namijenjenih promociji i najavi programa;
- Angažman glazbenih izvođača i ostalih sudionika u programu
- Angažman voditelja programa;
- Najam razglasa;
- Troškovi reprezentacije

**Cilj aktivnosti:**

Ovom manifestacijom promoviraju se Petrinjski božićni običaji koji su se zadržali tijekom stoljeća u gradu i nadalje se njeguju posebnosti kao što su programi čestitara, Petrinjskih Betlemaša i zajedničkog pjevanja domaćih božićnih pjesama prigodom odlaska na polnoćku. Cilj je također povećati dolaske u destinaciju tijekom mjeseca prosinca, posebice na badnju večer i gostima pružiti poseban ugođaj i doživljaj Petrinje.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ, Grad, Poslovne zone, POU Hrvatski dom, Udruge u kulturi

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

180.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

Prosinac 2021./ siječanj 2022.

### **2.3.9. Ostale manifestacije značajne za razvoj i promociju**

TZ će sufinancirati manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije kao što su motorijada, bike susreti, festival mažoretkinja, Zrin festival, Ars Sisciae festival i slično i to kroz promotivne materijale i prigodne poklone suvenira.

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :**

20.000,00 kn

### **2.4. Turistička infrastruktura:**

Na području grada Petrinje, turističkom infrastrukturom koja je u vlasništvu Grada Petrinje, upravljaju Poslovne zone s kojima TZ ostvaruje uspješnu suradnju i komunikaciju.

### **2.5. Podrška turističkoj industriji:**

TZ će biti podrška subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom.

TZ će pružiti simboličnu potporu za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije.

TZ će pružiti potporu programima destinacijskih menadžment kompanija (DMK) za promidžbu grada i dovođenje gostiju na programe.

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 kn**

## **3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**

Sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), aktivnosti vezane uz marketing pod rednim brojem 3.1., 3.2., 3.3., i 3.4. iz tablice financijskog plana, mogu izvršavati samo lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje.

Sljedeće aktivnosti pod brojevima 3.1. i 3.2. lokalne turističke zajednice provodit će u suorganizaciji i koordinaciji s Turističkom zajednicom SMŽ sukladno smjernicama Zakona.

### **3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:**

Nastupi na sajmovima u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom.

Posebne prezentacije turističke ponude destinacije u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom. Planirani troškovi po ovim stavkama su izrada promotivnog materijala za sudjelovanje, dnevnice, reprezentacija i sl.

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 kn**

### **3.2. Suradnja s organizatorima putovanja:**

Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om.

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 1.000,00 kn

### **3.3. Kreiranje promotivnog materijala:**

- Izrada i distribucija informativnih materijala

#### **3.3.1. Info vodič**

Informativni vodič promotivni je materijal u kojemu će turisti pronaći osnovnu turističku ponudu destinacije s relevantnim informacijama i podacima koji odgovaraju na glavna pitanja: što ovdje mogu vidjeti?, što mogu doživjeti?, gdje mogu prenoćiti, ručati? gdje provesti ugodno vrijeme? i sl. (smještaj, ugostiteljstvo, manifestacije, kulturne ustanove i društva, sportske udruge, servisne informacije i dr.). Troškovi: tekst, lektoriranje, prijevod, fotografije, dizajn i priprema za tisak, tisak. Format: 100 mm x 210 mm; Naklada: 5000 primjeraka.

**Iznos potreban za realizaciju:** 23.000,00 kn

#### **3.3.2. Petrinjska autohtona jela, kuharica**

Kako je Petrinja oduvijek slovila za grad gastronomije u kojemu se dobro jede i to posebice zahvaljujući tradiciji mesarstva, plan je izraditi knjigu o petrinjskoj tradicijskoj kuhinji. Petrinjka Mira Bešlić prikupljala je godinama starinske recepte koji će biti zastupljeni u ovoj kuharici, a svi recepti će biti pripremljeni u ugostiteljskim objektima, fotografirani i predstavljeni. Ovim izdanjem, oživjet će se autohtona kuhinja na način da se potaknu ugostitelji da u svojoj ponudi imaju domaća jela koja su se davno pripremala na petrinjskim ognjištima, a gostima će pružiti petrinjski gastronomski doživljaj i užitek.

Troškovi: tekst, lektoriranje, fotografije, dizajn i priprema za tisak, tisak. Format: 100 mm x 210 mm; Naklada: 200 primjeraka.

**Iznos potreban za realizaciju:** 25.000,00 kn

#### **3.3.3. Promotivni letci o petrinjskim šetnicama**

U Petrinji su osim Strossmayerovog šetališta uspostavljene dvije šetnice koje povezuju središte grada s okolicom, uzvodno nasipom uz Petrinjčicu, uzbrdo prema obroncima Hrastovačke gore uz brojne kulturne i prirodne resurse te memorijalne spomenike.

Troškovi: tekst, lektoriranje, prijevod, fotografije, dizajn i priprema za tisak, tisak. Format: 100 mm x 210 mm; Naklada: 1000 primjeraka x 2

**Iznos potreban za realizaciju:** 20.000,00 kn

### **3.3.4. Planinarsko-turistička karta Hrastovačke gore**

HGSS provodi istraživanje i u planu za sljedeću godinu izrađuje planinarsko-turističku kartu Hrastovačke gore na području grada Petrinje. TZ će biti partner na projektu i sudjelovat će u izradi karte te detektirati turističku resursnu osnovu na tom području te će sufinancirati projekt uz određeni broj primjeraka karte za svoje potrebe promocije destinacije.

**Iznos potreban za realizaciju:** 20.000,00 kn

### **3.3.5. Ostali promotivni materijali**

TZ će za potrebe promocije i komunikacije izraditi razne promotivne materijale kao što su vrećice i majice s logotipom turističke zajednice.

**Iznos potreban za realizaciju:** 10.000 kn

TZ će provoditi i sljedeće aktivnosti: stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i društvenim mrežama; Priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje LTZ u RTZ.

### **3.4. Internetske stranice:**

TZ će provoditi sljedeće aktivnosti: upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama;

Razvoj i održavanje internetskih stranica, održavanje i troškovi zakupa domene web stranice te reorganizacija linkova i sadržaja.

Troškovi: zakup domene, tekst, lektoriranje, prijevod, fotografije.

**Iznos potreban za realizaciju:** 20.000,00 kn

### **3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:**

TZ će provoditi sljedeće aktivnosti: uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji;

Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka;

Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu.

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 5.000,00 kn

### **3.6. Turističko-informativne aktivnosti:**

**3.6.1. Upravljanje TIC-evima:** TZ planira u sljedećoj godini uspostaviti rad Turističko-informativnog centra kada se stvore sve predispozicije i mogućnosti u koordinaciji s gradskom upravom koja provodi adaptiranje i uređenje poslovnog prostora.

**Cilj aktivnosti:** Poboljšanje uvjeta boravka turista te osiguravanje cjelovitije ponude za područje Banovine i ulaska na područje SMŽ iz pravca Karlovca.



**Iznos potreban za realizaciju:** 50.000 kn

Upravljanje Centrima za posjetitelje/interpretacijskim centrima: TZ nema u svome vlasništvu centre za posjetitelje.

### **3.6.2. Izrada i postavljanje turističke signalizacije**

**Detaljan i precizan opis aktivnosti:** Na području grada Petrinje, sve je više predstavnika turističke ponude, smještajnih aktivnosti i ostalih atrakcija što predstavlja preduvjet za izradu novih i popravak već postojećih tabli turističke signalizacije. Turistička zajednica će u suradnji s TZ SMŽ postaviti nove table turističke signalizacije najkasnije do kraja četvrtog mjeseca. Troškovi organizacije i provedbe predmetne aktivnosti uključuju izradu i postavljanje novih tabli smeđe signalizacije te popravak postojećih (trenutno se ne zna točan broj).

#### **Cilj aktivnosti:**

Poboljšanje uvjeta boravka turista te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih interesa i zadovoljenje gospodarskih interesa na području destinacije.

#### **Nositelji aktivnosti:**

TZ, Grad, Komunalno poduzeće

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

10.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

30. travnja 2021.

### **3.6.3. Muzealizacija grada Petrinje**

Projekt koji se provodi od 2017. godine, podrazumijeva interpretaciju kulturno-povijesnih znamenitosti i postavljanje interpretacijskih ploča na građevine koje su kulturno dobro i koje imaju zanimljivu priču iz povijesti ili priču o znamenitoj ličnosti čiji je život vezan uz građevinu. U sklopu projekta nastavlja se s istraživanjem povijesne građe te obrade podataka i prilagođavanja za objavu na interpretacijskim pločama na kojima će se uz tekst postaviti i QR kod kao poveznica na mrežnu stranicu TZ-a s opširnijim podacima. Interpretacija se provodi na sljedećim znamenitostima: kulturno-povijesne cjeline, arheološki lokaliteti, sakralna baština, memorijalna baština, spomenici, kulturni krajolici i ostale pojedinačne građevine zaštićene kao kulturna dobra.

**Cilj aktivnosti:** je pružanje gostima samostalni obilazak grada uz praćenje znamenitosti i upoznavanja s povijesnim događajima te doprinos stvaranja poticajnog društvenog okruženja i uređenje prostora za život i posjet.

Troškovi: tekstovi, lektoriranje, prijevod, fotografije, priprema za tisak, izrada interpretacijskih ploča.

**Nositelji aktivnosti:**

TZ, Grad, Ogranak Matice hrvatske u Petrinji, Ministarstvo kulture  
Konzervatorski odjel u Sisku

**Iznos potreban za realizaciju:** 70.000,00 kn

**4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT****4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:**

Aktivnosti: Sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području grada;

Sudjelovanje u razvoju sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) u suradnji i prema uputama TZ SMŽ i HTZ-a.

**Iznos potreban za realizaciju:**

5.000,00 kn

**4.2. Stručni skupovi i edukacije**

Organizacija radionica i edukacije za dionike s ciljem zajedničkog promišljanja i planiranja aktivnosti na razvoju turizma u destinaciji. Sudjelovanje na Danima hrvatskog turizma i drugim stručnim skupovima u organizaciji HTZ-a i Ministarstva turizma.

**Iznos potreban za realizaciju:**

15.000,00 kn

**4.3. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:**

Aktivnosti: Sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno i u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om;

Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije (programi City card, City break i sl.);

Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji;

Organiziran sustav upravljanja posjetiteljima.

**Iznos potreban za realizaciju:**

10.000,00 kn

#### **4.3.1. Akcija Volim Petrinju za ljepšu Hrvatsku**

**Detaljan i precizan opis aktivnosti:** Turistička zajednica Grada Petrinje provodi akciju Volim Petrinju za ljepšu Hrvatsku od 1996. godine, kako bi potaknula stanovnike grada Petrinje, poduzetnike i dionike na što veći doprinos u podizanju kvalitete životnog i radnog prostora te razvoja turizma na području grada. Prema zadanim kriterijima iz Pravilnika akcije, povjerenstvo se sastaje tijekom mjeseca lipnja i bira najbolje, prema sljedećim kategorijama: okućnice, balkoni, vrtni detalji, okućnice na selu, izlozi, javni objekti, turistički objekti, turistička ponuda ili zanimljivost i djelatnik u turizmu. Najzaslužnijima se dodjeljuju priznanja turističke zajednice na svečanosti u sklopu Lovrenčeva.

**Cilj aktivnosti:** poticanje domicilnog stanovništva i dionika turističkog razvoja na unapređivanje usluga i razvoj novih proizvoda te na podizanje razine dobrodošlice i gostoljubivosti u destinaciji.

**Iznos potreban za realizaciju:**

10.000,00 kn

#### **4.4. Poticanje na uređenje destinacije:**

Aktivnosti: Poboljšanje općih uvjeta boravka turista;

Aktivnosti na uređenju mjesta (šetnice, klupe, vidikovac i sl.) u gradu, provodi petrinjsko komunalno poduzeće u suradnji s gradskom upravom;

TZ nastavlja suradnju sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije.

##### **4.4.1. Izložbeni informativni pano**

**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

TZ će u sljedećoj godini preurediti **izložbeni pano** koji obavještava građane i goste o događanjima i aktivnostima u gradu. Pano se nalazi u središtu grada na zidu građevine u kojoj je smještena turistička zajednica.

**Cilj aktivnosti:** preurediti i sanirati staklenu izložbenu vitrinu radi bolje i urednije preglednosti te unapređenja informiranosti domaćih i gostiju.

**Nositelji aktivnosti:**

TZ

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

10.000,00 kn

##### **4.4.2. Cikloturizam**

**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

TZ će nadalje poticati razvoj cikloturizma kao jednog od najzastupljenijih turističkih proizvoda na području grada Petrinje zahvaljujući uspostavljenim

cikloturističkim rutama (njih četiri: ruta kestena, ruta obalama rijeka, ruta Kotar šuma i ruta Zelena dolina) destinacije te

**Cilj aktivnosti:** razvijanja svijesti o općoj dobrobiti aktivnog i rekreacijskog bavljenja sportom u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima.

**Nositelji aktivnosti:**

TZ, Grad, Orlić sport, sportske udruge

**Iznos potreban za realizaciju:**

20.000,00 kn

## **5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**

### **5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije:**

TZ je član Kulturne rute EU Napoleonova ruta budući da je su Napoleonovi vojnici boravili u Petrinji u periodu od 1809. do 1813. godine i uz brojne aktivnosti na razvoju kulture posadili lipe koje danas krasi Strossmayerovo šetalište

Iznos potreban za realizaciju: 14.500 kn

Domaće strukovne i sl. organizacije: TZ planira učlaniti se u LAG Zrinska gora Turopolje

Iznos potreban za realizaciju: 500 kn

## **6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

### **6.1. Plaće:**

Plaće za tri zaposlenika turističke zajednice

Troškovi: 400.000,00 kn

### **6.2. Materijalni troškovi:**

Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.)

Troškovi: 65.000,00 kn

### **6.3. Tijela turističke zajednice:**

Naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela turističke zajednice, putni troškovi članova tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije, pripreme te distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice

Troškovi: 20.000,00 kn

## **REZERVA**

Rezerva 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti)

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

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine.

DIREKTORICA  
Ivanka Držaj

PREDSJEDNIK  
Darinko Dumbović