



**IZVJEŠĆE O RADU
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA VARAŽDINA
ZA 2020. GODINU
- PRIJEDLOG**

ožujak, 2021.

I. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada
2. Manifestacije i događanja
3. Novi proizvodi

II. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije
2. Offline komunikacije

III. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi
2. Studijska putovanja
3. Posebne prezentacije

IV. INTERNI MARKETING

1. Edukacija
2. Koordinacija subjekata uključenih u turistički promet
3. Nagrade i priznanja

V. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Banka fotografija i video materijala
2. Priprema u izdavaštvu
3. Evisitor

VI. OSTALO

1. Priprema projekata za kandidaturu na natječaje (EU i ostali)
2. Projekti u provedbi

VII. ADMINISTRATIVNI MARKETING

1. Rad Turističkog ureda i TIC-a TZG Varaždina
2. Rad Tijela TZG Varaždina

UVOD

2020. godinu u svim je segmentima društva, života i poslovanja obilježila pandemija koronavirusa, zbog čega je u poslovnom smislu 2020. bila godina puna izazova, nepoznanica, neizvjesnosti te brojnih preokreta.

Svjetska turistička organizacija i službeno je potvrdila da je za svjetski turizam 2020. bila najgora godina u povijesti uz podatak da je došlo do pada međunarodnih turističkih dolazaka od čak 74 posto.

Uslijed pandemije koronavirusa, u Varaždinu je, nakon šestogodišnjeg rasta broja dolazaka, u 2020. ostvaren pad u turističkom prometu: u broju dolazaka za 53,50 % (17.279 dolazaka) te u broju noćenja za 55,11 % (33.858 noćenja).

Turističke brojke s kojima smo krenuli u 2020. godinu bile su odlične i optimistične te smo očekivali da je pred nama uspješna turistička godina. U siječnju smo, prema podacima iz eVisitora, u Varaždinu imali porast broja dolazaka turista za čak 44 posto, u veljači za 34 posto i onda je, na žalost, stigla korona i uslijedio je veliki šok. Koronavirus je zaustavio svijet. Stao je i turizam, koji je ovom krizom i jedna od najpogođenijih gospodarskih grana. Turistička putovanja su bila zabranjena ili strogo ograničena, granice su bile zatvorene i pandemija Covid-19 uzrokovala je drastičan pad turističkog prometa u cijelom svijetu, pa tako i u Hrvatskoj, a i u Varaždinu, a brojne su zemlje, kao i Hrvatska bile u lockdownu.

U ožujku smo u Varaždinu imali pad broja dolazaka za 53 %, u travnju za čak 98 %, a u svibnju za 91 %. Prognoze su tada bile da će na razini Hrvatske u 2020. biti ostvareno do 30 posto od turističkog prometa iz 2019. Tim brojkama nadali smo se tada i mi u Varaždinu. Ipak, turističke su brojke na kraju godine bile ipak nešto bolje od prvotno očekivanih crnih scenarija.

Rad Turističke zajednice grada Varaždina od ožujka je prilagođen epidemiološkim mjerama te preporukama tadašnjeg Ministarstva turizma za usklađenjem svih aktivnosti, djelovanja i postupanja sustava turističkih zajednica u okolnostima izazvanima pandemijom koronavirusa.

Nakon uvođenja strogih epidemijskih mjera u ožujku i ograničavanja kretanja, odnosno lockdowna, sukladno Preporuci Ministarstva turizma Republike Hrvatske od 17. ožujka 2020. godine, kojom se s ciljem smanjenja socijalnih kontakata koji nisu nužni preporuča donošenje odluke o zatvaranju ureda Turističkih zajednica i Turističkih informativnih centara za stranke, donesena je odluka da se Turističko informativni centar (TIC) Turističke zajednice grada Varaždina zatvori 18. ožujka za rad sa strankama te da se komunikacija sa strankama, gostima, partnerima i iznajmljivačima odvija isključivo putem telefona i putem e-maila.

Sukladno preporukama, donesena je i odluka da se od 24. ožujka uvodi rad od kuće, primjenom elektroničke komunikacije i upotrebom odgovarajućih IT i komunikacijskih alata, a za što su osigurani svi potrebni uvjeti. Uz to, svakodnevno smo bili dostupni putem telefona i maila za rad sa strankama i njihove upite.

Nastavak rada u uredu TZGV, uz pridržavanje svih propisanih sigurnosnih mjera započeo je 27.4.2020. godine. Nabavljena su dezinfekcijska sredstva te zaštitne pregrade kako bi se za rad u uredu osigurale sve potrebne zaštitne mjere i ne bi ugrozilo zdravlje kako djelatnika tako i posjetitelja i svih koji su koristili usluge TIC-a, uz održavanje propisane udaljenosti, odnosno distance.

S obzirom da je uslijed pandemije narušena turistička aktivnost i turistički promet, a funkcioniranje turističkih zajednica direktno ovisi o turističkom prometu, odnosno priljevu sredstava od turističke pristojbe i članarine, bilo je potrebno racionalno uskladiti sve aktivnosti, djelovanja i postupanja na svim razinama.

Ministarstvo turizma uputilo je preporuke turističkim zajednicama da iznimno odgovorno upravljaju proračunima te zaustave financiranje svih aktivnosti koje bi na bilo koji način mogle ugroziti financiranje hladnog pogona turističke zajednice. Također, uputili su naputak da se pokrenu procesi izmjene i dopuna planskih dokumenata za 2020. zbog značajno oslabljenih priljeva sredstava od turističke članarine i pristojbe te da se aktivnosti usmjere isključivo na održavanje hladnog pogona (plaće radnika, režijski troškovi i sl.).

U skladu s time, HTZ je stavio van snage ključne strateške dokumente kao što su Godišnji program rada HTZ-a i financijski plan HTZ-a za 2020. godinu, te su donijeli odluku o smanjenju plaća zaposlenika HTZ-a do 30 posto. Ministar turizma dao je preporuku da se sve turističke zajednice usmjere na rezanje troškova i smanjenje plaća do 30 posto.

Sukladno navedenim preporukama a budući da su u tim tržišnim uvjetima Godišnji program rada Turističke zajednice grada Varaždina za 2020. kao i Financijski plan TZGV-a za 2020. godinu bili neprovedivi, Turističko vijeće TZGV-a prihvatilo je prijedlog da se oba dokumenta stave van snage, u skladu s preporukama Ministarstva turizma.

Također, s obzirom na nastale okolnosti i s ciljem održivosti sustava, Turističko vijeće TZGV u travnju je prihvatilo prijedlog o smanjenju plaća djelatnika TZGV-a za 30 posto za minimalno 3 mjeseca, s time da minimalni iznos plaće nakon smanjenja ne bude manji od 4.000 kuna neto.

Od travnja do srpnja plaće djelatnika TZGV-a smanjene su za 30 posto, a od kolovoza do listopada plaće djelatnika TZGV-a smanjene su za 20 posto, s obzirom da izvorni prihodi nisu bilježili tako veliki pad.

U vrijeme lockdowna Turistički ured TZGV-a je bio u redovnom kontaktu sa Stožerima civilne zaštite grada Varaždina i Varaždinske županije te smo svakodnevno ažurirali novosti i objavljene preporuke Stožera civilne zaštite RH, Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma vezanih za COVID-19 koji se tiču turističkih subjekata, organizatora događanja i turista, davali informacije vezane uz propusnice i mogućnostima kretanja unutar županije i države, kao i informacije o odlasku iz države te povratku (propusnice, potvrde o boravku turista, mjere samoizolacije i sl.), informacije o web stranici Enter Croatia te popunjavanju obrasca za ulazak u Hrvatsku. U stalnom

smo kontaktu bili i s ugostiteljima i ažurirali informacije o dostavi hrane u vrijeme kada su prema mjerama Stožera civilne zaštite ugostiteljski objekti bili zatvoreni.

Na realizaciju gotovo većine aktivnosti iz Programa rada TZGV za 2020. godinu utjecala je pandemija koronavirusa. Možda najteža odluka bila je ona o otkazivanju Špancirfesta, koji nakon 21 – ne godine neprekidnog održavanja prema poreporuci HZJZ - nije održan.

Nije održana ni manifestacija Advent u Varaždinu, u ovom slučaju ne zbog preporuke nego zabrane. Odlukom Stožera civilne zaštite RH s kraja studenoga zbog pogoršanja epidemiološke situacije, zabranjene su sve manifestacije, pa tako i one adventske. Unatoč tome, odlučili smo da nećemo odustati od blagdanskog uređenja grada, kako bi građanima barem tijekom šetnje gradom omogućili uživanje u blagdanskoj atmosferi te od organizacije klizališta, a za što su dobivene suglasnosti gradskog Stožera civilne zaštite.

I organizacija klizališta pod strogim epidemiološkim mjerama, pokazala se dobrom odlukom, jer su termini za klizanje bili danima unaprijed rezervirani i popunjeni.

Proglašenjem pandemije koronavirusa, morali smo odustati od planiranih marketinških i promotivnih planova oglašavanja i promocije, jer planirane promotivne aktivnosti za vrijeme trajanja pandemije ne bi imale očekivani ni zadovoljavajući učinak.

Unatoč tome, uz minimalna smo ulaganja proveli ciljane kampanje kako bi bili prisutni i istaknuli vrijednosti grada Varaždina te motivirali goste i turiste na dolazak u Varaždin, kada to situacija bude dozvoljavala.

Uzimajući u obzir da će korona uvelike promijeniti interese turista, koji će biti skloniji odmoru na mjestima gdje nema gužve, u prirodi, gdje se mogu izolirati i gdje se mogu osjećati sigurnima, osmislili smo i proveli i kampanju kojom je naglasak stavljen na ponudu i mogućnosti aktivnog odmora.

S obzirom na iznimno pesimistične prognoze na početku pandemije te preporuke resornog ministarstva o obustavi svih aktivnosti i usmjeravanju prema održavanju hladnog pogona, te s obzirom na neizvjesnost i nepoznanice oko razvoja situacije, prilikom provođenja aktivnosti bili smo iznimno oprezni u trošenju sredstava kako ne bi ugrozili poslovanje TZGV-a.

Unatoč svim problemima, izazovima, nedumicama i nepoznanicama koje je donijela 2020. godina a sve zbog pandemije koronavirusa, Turistička zajednica grada Varaždina maksimalno je angažirano, uvažavajući sve preporuke mjerodavnih institucija i poštujući sve propisane epidemiološke mjere, vodeći računa o vlastitoj i sigurnosti svih posjetitelja provodila aktivnosti i odrađivala posao koji se svakodnevno prilagođavao trenutnoj situaciji.

S obzirom na crne prognoze s početka pandemije koronavirusa o očekivanom padu turističkog prometa od čak 70 posto u koronom obilježenoj 2020. godini, možemo koliko – toliko biti zadovoljni turističkim brojkama u Varaždinu i ostvarenom padu u broju dolazaka od 53,5 posto i noćenja od 55,11 posto.

Također, možemo biti zadovoljni i financijskim rezultatom, jer zahvaljujući racionalnom poslovanju, opreznom trošenju sredstava i rezanju troškova nismo ugrozili poslovanje TZGV-a, očuvali smo radna mjesta i proveli barem neke od planiranih aktivnosti, koje su nam propisane mjere dozvoljavale i omogućavale. U iznimno izazovnoj 2020. godini u kojoj je, s obzirom na situaciju koja se mijenjala iz tjedna u tjedan, bilo gotovo nemoguće išta planirati, od prihoda do aktivnosti, uspjeli smo ostvariti višak prihoda koji će nam pomoći da lakše prebrodimo 2021. godinu kada se očekuje daljnji pad izvornih prihoda kao posljedica pandemije koje će se, prema najavama stručnjaka, osjećati i u narednim godinama.

Iako često nismo znali ni bili sigurni kako na pravilan način reagirati u određenoj situaciji u kojoj se dosad još nikad nismo našli i iako nam ni mjerodavne institucije često nisu znale dati konkretan odgovor na to pitanje, vlastitim angažmanom, trudom i zalaganjem pokušali smo na najbolji mogući način odgovoriti na izazove pred kojima smo se našli.

Svjesni trenutne situacije, u uvjetima do sad nezapamćene krize turističkog sektora, TZGV je pokazala solidarnost i odgovornost vodeći se uvjerenjem da se ova kriza može prebroditi samo zajedničkim radom.

I. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Na realizaciju aktivnosti predviđenih u sklopu dizajna vrijednosti - *poticanje i sudjelovanje u uređenju grada, manifestacije i događanja, novi proizvodi* - kojima se pridonosi povećanju atraktivnosti, tržišnoj prepoznatljivosti i konkurentnosti destinacije Varaždin snažno je utjecala pandemija COVID - 19.

U drugoj polovici ožujka 2020. nacionalnim protuepidemijskim mjerama ograničeno je zadržavanje na ulicama i javnim prostorima, ograničen je javni prijevoz, privremeno su ograničena društvena okupljanja, rad u trgovini, uslužne djelatnosti, održavanje sportskih i kulturnih događanja, obustavljen je javni promet i zabranjen prelazak granica RH te su aktualizirane i druge mjere.

Slijedom navedenog dio aktivnosti nije mogao biti proveden, a dio je modificiran ili održan online.

1. POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA

1.1. AKCIJA "ČOVJEK KLJUČ USPJEHA U TURIZMU"

Desetu godinu zaredom Turistička zajednica grada Varaždina provela je akciju Čovjek – ključ uspjeha u turizmu, s ciljem razvijanja gostoljubivih i prijateljskih odnosa prema turistima te podizanja kvalitete usluge što direktno utječe na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju, povrat gostiju i promidžbu usmenom predajom kao i širenje pozitivnog imidža hrvatskog turizma.

Unatoč godini koju su obilježile situacije pune izazova i neizvjesnosti, djelatnici u turizmu i ostalim djelatnostima povezanim s turizmom, svojim trudom i zalaganjem, profesionalnim i odgovornim pristupom, uz pridržavanje svih epidemioloških mjera, potrudili su se da se gosti i posjetitelji u Varaždinu, ali i sami građani – osjećaju sigurnima.

U sklopu akcije 2020. uvedene su i dvije nove kategorije: djelatnik u zdravstvenom sustavu i djelatnik u civilnoj zaštiti te je ukupno nagrađeno dvanaest djelatnika koji su i u ovim otežanim i zahtjevnim uvjetima dali značajan doprinos i svojim radom doprinijeli kvaliteti turističke usluge te sigurnosti, zdravlju i zaštiti. Uvedena je i nagrada za životno djelo, koja je posthumno dodijeljena gosp. Zlatku Vidačeku za izniman doprinos razvoju turizma u gradu Varaždinu.

Cilj i rezultat: Provedba ove akcije s gore navedenim ciljem rezultirala je podizanjem svijesti o važnosti svakog pojedinca uključenog u turizam grada i njegovog doprinosa kvaliteti ukupne usluge u destinaciji.

Financijska sredstva: S obzirom na protuepidemijske mjere i propisane mjere samoizolacije dodjela priznanja i nagrada realizirana je, poštivajući mjere sigurnosti i preporuke u siječnju 2021. godine.

Sredstva će biti iskazana u Izvješću 2021.

1.2. UREĐENJE DESTINACIJE

1.2.1. Cvjetno uređenje destinacije

S obzirom na lockdown u periodu ožujak - svibanj aktivnost cvjetnog uređenja privatnih prozora i balkona u povijesnoj jezgri grada je izostavljena.

Na glavni gradski trg postavljene su cvjetne žardinjere, uređene su žardinjere ispred Turističkog ureda i postavljeni cvjetni sanduci na prozore te je provedeno redovito godišnje održavanje glicinija u Uskoj ulici.

Financijska sredstva: 307,88 kn

1.2.2. Umjetnost na ulici

Umjetnička produkcija u javnom prostoru doprinosi posebnosti i atraktivnosti povijesne jezgre grada u kojoj je koncentrirano do sad realiziranih devet elemenata. Planirani nastavak intervencija prekinut je situacijom izazvanom COVID-om te je uključen u Program rada TZGV za 2021. godinu.

Cilj i rezultat: Oplemenjivanje povijesne jezgre umjetničkim intervencijama ima pozitivan utjecaj na njezinu atraktivnost te će TZGV nastaviti s provođenjem te aktivnosti.

Financijska sredstva: 24.325,68 kn - Iskazani iznos predstavlja amortiziranu vrijednost elemenata umjetnosti na ulici u vlasništvu TZGV

1.2.3. Održavanje postojećeg mobilijara

Nastavno na devastacije zamijenjena je sjedalica na interaktivnoj glazbenoj klupi te su popravljene devastirane putokazne ploče u pješačkoj zoni.

TZGV je tijekom godine vodila brigu i o ostalom mobilijaru u svojem vlasništvu kako bi se zadržale funkcionalnost i estetika.

Cilj i rezultat: Izvršenom zamjenom i kontinuiranom brigom zadržana je funkcionalnost i estetska vrijednost mobilijara.

Financijska sredstva: 4.056,50 kn

2. MANIFESTACIJE I DOGAĐANJA

2.1. Glazba na balkonima grada

Slijedom izrečenih protuepidemijskih mjera te posebice ograničenja okupljanja i događanja glazbeni programi subotom na balkonima grada nisu realizirani.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.2. Smjena gradske straže

Varaždinska građanska garda kao jedan od prepoznatljivih simbola grada Varaždina i tijekom 2020. unatoč poteškoćama koje je izazvala pandemija, bila je aktivna te je održanim smjenama straže i pucnjem iz topa zadržan dvadesetogodišnji kontinuitet prisutnosti u turističkoj ponudi grada. Iako zbog financijske neizvjesnosti na početku pandemije te utjecaja iste na izvorne prihode TZGV nije bila u mogućnosti financirati smjenu straže, članovi Varaždinske građanske garde nastavno na dosadašnju suradnju održali su 19 smjena subotama od svibnja do rujna.

Cilj i rezultat: Unatoč financijskim problemima inicijativom Varaždinske građanske garde i realiziranim programom zadržan je kontinuitet ovog atraktivnog i značajnog događanja subotom prijedodne čime se doprinijelo atmosferi u povijesnoj jezgri posebice u vrijeme kad su zbog ograničenja maksimalno reducirana i otkazana događanja.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.3. Trg tradicijskih obrta

Realizacija rješenja odabranog na arhitektonskom natječaju uslijedila je u svibnju 2020. kada je po ishođenim svim suglasnostima za postavu i rad, postavljeno pet novih prodajno prezentacijskih kućica. Po završenim svim stolarskim i električarskim radovima koji su se provodili na samom prostoru, kućice su namjestili korisnici odabrani na javnom pozivu za iskazivanje interesa za korištenje kućica, te je krajem svibnja redizajnirani Trg tradicijskih obrta predstavljen javnosti. Kako je zbog negativnog utjecaja pandemije na poslovanje, od korištenja kućice odustao odabrani korisnik Lipohar consulting j.d.o.o. – suvenirnica, u svibnju je raspisan ponovni javni poziv za tu jednu slobodnu kućicu te je odabran CROATIVY obrt za proizvodnju obuće. Korisnici su započeli s radom usklađenim sa svim aktualnim protuepidemijskim mjerama.

Slijedom u svibnju objavljenog javnog poziva za Program „Očuvanje i razvoj tradicijskih i umjetničkih obrta“ za 2020. godinu od strane Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta, a koji je bio namijenjen mikro, malim i srednjim poduzetnicima koji obavljaju djelatnost na obrtnički način i izrađuju proizvode tradicijskog i umjetničkog obrta pretežito ručnim radom i u malim serijama, TZGV je s ciljem poticanja daljnjeg razvoja sadržaja na Trgu tradicijskih obrta inicirala prijavu korisnika kućice Alhena j.d.o.o. te pomogla u pisanju projekta za prijavu. Za navedeni projekt odobrena su tražena sredstva koja će se uložiti u kupnju lončarskog kola.

U nastavku godine radilo se na preostalim elementima uređenja Trga sukladno odabranom rješenju - rješenje za zaštitu od sunca i kiše za kućice te usuglašavanje hortikulturnog uređenja. Planirani završetak spomenutih aktivnosti je svibanj 2021.

Početkom 2021. godine projekt redizajna Trga tradicijskih obrta, autorski rad arhitektonskog studija KONNTRA, nominiran je za najvažnije i najprestižnije priznanje u arhitekturi na europskoj razini, nagradu Europske unije za suvremenu arhitekturu – Mies van der Rohe Award 2022., čime je Varaždin stavljen na mapu suvremene europske arhitekture.

Cilj i rezultat: Provedenim aktivnostima omogućen je daljnji rad petero korisnika, povećana je atraktivnost prostora i Trga tradicijskih obrta kao turističkog proizvoda grada Varaždina, dok je nominacija za nagradu doprinijela promociji grada Varaždina.

Financijska sredstva: 120.042,55 kn

2.4. MOP Špancirfest – festival multimedije

Zbog ograničenja uzrokovanih pandemijom deveto izdanje MOP Špancirfesta - festivala multimedije, umjesto u svibnju, održano je od 15. do 17. listopada.

Programom festivala promiče se multimedija i digitalna kultura te se nastoji aktivirati opća javnost kroz projekte koji obuhvaćaju kreativni razvoj, audiovizualnu umjetnost, dizajn interakcija, vizualnu komunikaciju, multimedijalnu produkciju i oblikovanje. Izvedeni program koji se sastojao od interdisciplinarnog performansa, radionica i predavanja bio je ne samo prilagođen uvjetima nego i posvećen kreativnosti u doba pandemije. Glazbeni program zbog aktualnih mjera nije održan, a TZGV je u sklopu suradnje promovirala događanje.

Cilj i rezultat: Program je održan u skladu sa svim mjerama, a svojom kvalitetom potaknuo je interes posjetitelja koji su prisustvovali u ograničenom broju.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.5. Ljeto u Varaždinu

TZGV je u ulozi koordinatora i promotora objedinila programe drugih organizatora, a koji su organizirani i realizirani u skladu s aktualnim protuepidemijskim mjerama tijekom lipnja, srpnja i kolovoza.

Izrađen kalendar događanja u ljetnom periodu godine omogućio je objedinjenu i efikasniju promociju planiranih programa. Kao nastavak programa Ljeta u Varaždinu u planiranom periodu 21. Špancirfesta, koji se zbog svoje organizacijske i programske kompleksnosti nije mogao održati poštujući sve mjere, u povijesnoj jezgri grada održani su u organizaciji suorganizatora Špancirfesta neki dijelovi festivalskog programa koje je bilo moguće prilagoditi ograničenjima, a koji su dodatno doprinijeli atraktivnosti destinacije Varaždin u tom periodu godine.

Uz online promociju i komunikaciju putem web-a i društvenih mreža tiskani su programski deplijan te jumbo i citylight plakati. Sukladno namjenskim financijskim sredstvima neka od značajnijih događanja je TZGV sufinancirala.

Cilj i rezultat: Unatoč brojnim izazovima, potrebnim promjenama i prilagodbama realizirani programi Ljeta u Varaždinu pozitivno su utjecali na potrošnju i promet, a ostvarena suradnja, koordinacija i ciljana promocija doprinijeli su boljoj vidljivosti programa uz racionalizaciju uloženi sredstava promocije.

Financijska sredstva: 68.140,06 kn

2.6. Festival varaždinskih dvorišta

Zbog specifičnog koncepta koji uključuje privatna dvorišta i programe koncentrirane na uglavnom malim privatnim prostorima te s druge strane aktualnih protuepidemijskih mjera i ograničenja, planirano šesto izdanje Festivala varaždinskih dvorišta nije moglo biti održano. U sklopu promotivne kampanje i komunikacijskih aktivnosti u periodu pandemije, prvog vikenda u srpnju Festival dvorišta obilježen je retrospektivnom foto galerijom i video materijalom posvećenom dosadašnjim festivalskim izdanjima.

Cilj i rezultat: Komunikacija i interakcija putem Facebook profila Volim Varaždin zadržala je vidljivost festivala.

Financijska sredstva: 1.250,00 kn

2.7. Drava jump / Drava kao prilika / Prepusti se rijeci

Događanje Drava jump ljetno je događanje koje se organizira s ciljem povezivanja grada i rijeke kroz rekreativne, edukativne i zabavne sadržaje namijenjene svim uzrastima, jednako građanima kao i posjetiteljima. Iako su u periodu pandemije veliki naglasak i fokus stavljeni na outdoor aktivnosti zbog aktualnih protuepidemijskih mjera programe ovog događanja nije bilo moguće realizirati.

Kako bi se promovirale ljepote, vrijednosti, posebnosti i rekreativne mogućnosti na rijeci Dravi TZGV je u suradnji s vanjskom agencijom osmislila koncept te snimila promotivni video Prepusti se rijeci. Video je promoviran na Facebook profilu Volim Varaždin, a u sklopu aktivacije potaknuo je veliki interes pratitelja. U sklopu videa promovirani su rafting safari i sup avantura kao aktivnosti na rijeci te off road - otkrivanje prirodnih ljepota šljunčanih sprudova uz adrenalinsku vožnju legendarnim safari jeepom kroz labirinte šumskih putova starog toka Drave. Prepusti se rijeci dio je outdoor kampanje *Ispunite ljeto novim doživljajima* koju je u periodu pandemije provela TZGV.

TZGV je u veljači prisustvovala 2. stručnom skupu na temu Drava kao prilika koji je održan u Mariboru u organizaciji Partnerstva za Dravsku biciklističku stazu i Skupine za Dravu. Tema skupa je bio razvoj

rekreacijskih i turističkih proizvoda vezanih uz Dravu i njezino okruženje, a sudjelovale su organizacije i privatne osobe koje djeluju na području uz Dravu i koriste njezine resurse na slovenskom dijelu Drave.

U službenom dijelu, nastavno na suradnju na projektu Dravska biciklistička staza, sudjelovala je i varaždinska agencija More Adventure ispred koje je direktor Nikola Želimorski predstavio aktivnosti, mogućnosti i aktualne programe vezane uz Dravu kao i sve posebnosti i atraktivnosti Drave na hrvatskom dijelu. Govorilo se o viziji razvoja rijeke Drave, o zakonskoj regulativi vezanoj uz plovidbu, o zaštiti rijeke i područja te o ostaloj postojećoj problematici s kojom se susreće prilikom realizacije pojedinih aktivnosti i programa.

Cilj i rezultat: Promotivnom kampanjom pojačana je vidljivost dostupnih aktivnosti na i uz rijeku Dravu te su dodatno istaknuti sadržaji koje je moguće realizirati i konzumirati sukladno mjerama i ograničenjima. Pokazatelj uspješnosti kampanje je i povećan broj rezerviranih i realiziranih programa promoviranih kampanjom. Sudjelovanjem na skupu osnažena je međunarodna suradnja, razmijenjena su iskustva, problemi i primjeri dobre prakse.

Financijska sredstva: 7.898,00 kn Sredstva za sudjelovanje na skupu i realiziranu kampanju izražena su u sklopu pripadajućih mjesta troška.

2.8. Špencirfest

Kompleksnost koncepta, sadržaja, financiranja i ostalih organizacijskih aktivnosti festivala Špencirfest zahtijeva kontinuirani, iz godine u godinu neprekinuti angažman i plan. Slijedom nastale situacije u kojoj je pandemija COVID-19 s jedne strane imala snažan utjecaj na gospodarstvo i uslužnu djelatnost, a s druge strane donijela brojna ograničenja vezana uz realizaciju programa koji podrazumijevaju veća okupljanja, planiranje 22. Špencirfesta bilo je vrlo zahtjevno i prepuno neizvjesnosti. Izmjenjivali su se koncepti i projekcije ovisno o aktualnim preporukama i mjerama, a obuhvaćali su promjene u kvantiteti sadržaja, premještanje programa na lokacije na kojima bi se lakše ispunili uvjeti te osiguralo sigurno konzumiranje sadržaja, preslagivanje budžeta i drugo.

Po primitku konačnog mišljenja od strane HZJZ 15. srpnja u kojem je stajalo da "obzirom na epidemiološku situaciju, uzevši u obzir sve specifičnosti organizacije te broja ljudi koji posjećuju festival, ne može se preporučiti održavanje ovog festivala niti njegovih pratećih sadržaja" usvojena je odluka da se festival Špencirfest neće održati.

Suorganizatori pojedinih sadržaja koji su inače bili dio programa Špencirfesta, a koji su taj program mogli uskladiti i provesti sukladno protuepidemijskim mjerama realizirali su ga u periodu planiranom za održavanje 22. Špencirfesta. TZGV je za iste provela promotivne aktivnosti.

Kako bi zadržala komunikaciju i vezu s festivalskom publikom TZGV je osmislila i provela aktivaciju *Zajedno smo online* - izrađeno je deset tematskih video materijala koji su sadržavali najatraktivnije segmente posljednjih pet festivalskih izdanja, a bili su vezani uz sve programske kategorije - Festivalsko lice grada, Street performances, Tradicijsko i suvremeno stvaralaštvo, Čarolija glazbe i pokreta, Kreativnost na najjače, Kod najmlađih je najveselije, Festivalska doza smijeha, Ritam je bitan, Eno gastro doživljaji, All that Špencirfest! Za svaki od deset dana festivala uz promo video osmišljena je aktivnost vezana uz kategoriju programa koja se taj dan predstavlja, a u suradnji sa sponzorima festivala osmišljene su i sudionicima dodijeljene festivalske nagrade.

U okviru Međunarodnog kongresa povijesnih gradova, koji organizira TZG Solina dodjeljuje se međunarodna kulturno turistička nagrada „Plautilla“ za kvalitetu i inovativnost u upravljanju povijesnim gradovima, u domeni interpretacije i zaštite kulturne baštine te promidžbe i distribucije kulturno turističkih proizvoda. U okviru kategorije za najbolji kulturno turistički proizvod, koji se odlikuje kvalitetnom i kreativnom interpretacijom kulturno povijesne baštine, u 2020. godini prijavljen je festival Špancirfest koji je i osvojio nagradu. Zbog aktualnih protuepidemijskih mjera i ograničenja dodjela nagrada prolongirana je na 2021. godinu.

Cilj i rezultat: Realizirana aktivacija 22. Špancirfest - Zajedno smo online pozitivno je utjecala na povećanje broja pratitelja festivala putem FB profila, te je i u vrijeme pandemije omogućila održavanje veze sa prijateljima i posjetiteljima festivala.

Financijska sredstva: 221.963,60 kn

2.9. Total Baroque

Jubilarni 50. festival barokne glazbe Varaždinske barokne večeri konceptom usuglašenim sa preporukama i mjerama ujediniio je i predstavio snagu hrvatske kulture i umjetnosti, a isključivo nacionalni sudionici u izvedbama su predstavili bogatstvo hrvatske i svjetske barokne baštine.

Total Baroque kao nadogradnja i prateći dio glazbenog programa obuhvatio je sadržaje koji su u realizaciji i konzumaciji mogli poštivati aktualne protuepidemijske mjere i ograničenja: na zgradi varaždinskog HNK-a i kući Ritz postavljena je izložba pet festivalskih desetljeća, izložba je postavljena i u galeriji Kerameikona, a TZGV se uključila u realizaciju Međunarodne izložbe cvijeća koja je po prvi puta postavljena na glavnom gradskom trgu, a samom realizacijom bila iskorak u povezivanju cvijeća i glazbe te simboličkom isticanju festivala Varaždinske barokne večeri u javnom prostoru. Osim sudjelovanjem u osmišljavanju koncepta i postave TZGV je za potrebe izložbe osigurala i potrebnu vlastitu opremu. U cilju oplemenjivanja sadržaja s ugositeljima su odrađeni razgovori te su isti u vrijeme trajanja festivala u svojoj ponudi istaknuli proizvode inspirirane barokom - barokne slastice i pića (vino, pivo, kava). Za potrebe promocije TZGV je ponudu *Baroknog užitka na Korzu* fotografirala te promovirala program Total Baroque-a putem društvenih mreža i web stranice.

Cilj i rezultat: Povećana svijest o vrijednosti kulturnog nasljeđa, obogaćena turistička ponuda, potaknuta potrošnja

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.10. Advent u Varaždinu

U rujnu 2020. predstavljen je koncept i usvojena odluka o organizaciji događanja Advent u Varaždinu. Koncept je u odnosu na godinu ranije izmjenjen na način da omogući provođenje svih aktualnih protuepidemijskih mjera i poštivanje preporuka nadležnog stožera. Najznačajnije prilagodbe su bile premještanje Klizališta s prostora Starog grada na Kapucinski trg, ukidanje glazbenog programa (na Korzu i Stančićevom trgu), ukidanje Zimske kreativnice te Kuće Djeda Mraza. Kvantiteta sadržaja uvjetovana pandemijom nastojala se nadomjestiti dodatnim prigodnim uređenjem prostora povijesne jezgre grada - kupljena je i postavljena dodatna blagdanska rasvjeta na bor na središnjem trgu, povećan je broj božićnih drvca raspoređenih po ulicama i trgovima jezgre, osmišljene su i realizirane adventske foto točke koje su povezane u svojevrsnu rutu poticale na šetnju i kreiranje uspomena. Postavljene

kućice za ugostiteljsku i izlagačku ponudu zbog strožih mjera nakon postave prostora nisu mogle biti otvorene. Komunikacija i promocija putem društvenih mreža, FB profili Volim Varaždin i Advent u Varaždinu, primjerena situaciji pobudila je interes i dolazak posjetitelja koji su unatoč nedostatku uobičajenih sadržaja uživali u uređenom središtu grada. Klizalište čiji je rad prilagođen mjerama, u svim je terminima bilo dobro ili maksimalno posjećeno, a zbog ograničenog broja klizača termini su unaprijed rezervirani i popunjeni.

Cilj i rezultat: Prilagođavajući se maksimalno situaciji provedbom gore opisanih aktivnosti stvoreno je blagdansko ozračje koje je grad Varaždin istaknulo kao atraktivnu i sigurnu adventsku destinaciju.

Financijska sredstva: 366.660,61 kn

2.11. Biciklom u Varaždin

Tijekom godine nastavljena je suradnja s Turističkom zajednicom Varaždinske županije te Zavodom za turizam Maribor na poboljšanju uvjeta i daljnjem razvoju cikloturizma.

U suradnji s TZVŽŽ provodile su se aktivnosti vezane uz projekt Amazone of Europe Bike Trail odnosno biciklističku rutu Mura-Drava-Dunav na čijem je području destinacija Varaždin pozicionirana kao važan dionik. TZGV je pripremila informacije i tekstove o Varaždinu (must see lokacije uz Dravu i u centru grada) za web platformu projekta, informirala je subjekte na području destinacije o predstojećim projektnim aktivnostima vezanim uz uspostavu booking sistema i uključivanje ponuđača koji ispunjavaju uvjete (spremište za bicikle, mogućnost smještaja na jednu noć, polupansion, puni pansion ili barem doručak) u smještajnom objektu.

U sklopu održanog stručnog skupa na temu Drava kot priložnost na kojem je sudjelovala TZGV govorilo se i o projektu Dravska biciklistička staza, razvojnim planovima i programima, međunarodnoj suradnji i operativnim aktivnostima.

TZGV je sudjelovala na Danima cikloturizma, konferenciji posvećenoj cikloturizmu, čije je drugo izdanje održano u rujnu u Ludbregu. Konferencija pokrenuta s ciljem okupljanja i povezivanja svih subjekata uključenih u razvoj ove brzorastuće grane održivog turizma okupila je 70-tak sudionika iz cijele Hrvatske, uključujući i predstavnike Ministarstva turizma i sporta, Hrvatske turističke zajednice, sustava županijskih, gradskih i općinskih turističkih zajednica, predstavnika lokalnih samouprava, hotelskih kuća, poduzetnika u cikloturizmu te agencija. Program konferencije obuhvaćao je primjere dobre prakse poduzetnika u cikloturizmu, informacije o strateškim planovima razvoja cikloturizma od strane Ministarstva turizma i HTZ-a, predstavljanje transnacionalne Dravske rute i njezinih potencijala te EuroVelo 8 rute i njezinog značaja, praktičnu radionicu osmišljavanja proizvoda i promocije cikloturističke destinacije i demonstracijsku vožnju novotrasiranim cikloturističkim rutama Ludbrega.

Cilj i rezultat: Provedene aktivnosti doprinijele su unapređivanju i razvoju cikloturizma te promociji i pozicioniranosti destinacije Varaždin na domaćem i inozemnom tržištu. Sudjelovanje na navedenim konferencijama doprinijelo je povezanosti s aktivnim subjektima, informiranosti te znanju i iskustvu, kao i isticanju Turističke zajednice grada Varaždina kao aktivnog subjekta u razvoju cikloturizma.

Financijska sredstva: Sredstva za sudjelovanje na skupu i konferenciji izražena su u sklopu pripadajućeg mjesta troška.

2.12. Potpore događanjima

Slijedom pandemije i otkazivanja događanja nije raspisan poziv za dodjelu potpora organizatorima događanja od turističkog značaja. Iskazana sredstva odnose se na retrogradno isplaćene potpore za Obrnički ulični sajam i Kliker festival kojima su potpore dodijeljene na natječajima raspisanim u 2018. i 2019. godini, a za koja su izvješća dostavljena u 2020.

Financijska sredstva: 12.000,00 kn

3. NOVI PROIZVODI

Potpore turističkim agencijama

U suradnji s Turističkom zajednicom Varaždinske županije iniciran je i održan sastanak sa turističkim agencijama koje djeluju na području Varaždinske županije. Iako je u poslovanju većina orijentirana na outgoing slijedom ograničenja putovanja i drugih posljedica pandemije na poslovanje agencija iskazan je interes za realizacijom incoming programa. Nakon razmijenjenih iskustava i potreba dogovoreno je da će se za agencije pripremiti ažurirane informacije iz turističke ponude županije te će se istima pružati daljnja pomoć u kreiranju i provođenju programa. Također je zaključeno da će se razmotriti i model sufinanciranja organiziranih turističkih dolazaka.

Financijska sredstva: 0,00 kn

II. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. ONLINE KOMUNIKACIJE

1.1. INTERNET OGLAŠAVANJE

1.1.1. Promocija na Internetskim društvenim mrežama

Online promocija odnosno oglašavanje i community management na društvenim mrežama tijekom 2020. godine još su dobili veći značaj u promociji destinacije s obzirom na sve promjene koje su se u poslovanju zbivale kao posljedica pandemije COVID - 19.

Tijekom godine provedeno je interno upravljanje zajednicama - vođenje društvenih zajednica, koordiniranje aktivnosti, izrada kreativnih koncepata te koordiniranje izrade video materijala. Kako bi se u vrijeme kad su otkazana i onemogućena putovanja održala veza pratitelja na društvenim mrežama i budućih posjetitelja s destinacijom Varaždin osmišljeni su i realizirani promotivni video materijali. Videom *Mijenjamo navike ali ne i odredište* istaknute su posebnosti i vrijednosti grada Varaždina. Tijekom svibnja i lipnja u suradnji s vanjskom agencijom realizirani su video materijali za kampanju *Ispunite ljeto novim doživljajima*, kojom su naglašene mogućnosti aktivnog odmora, odnosno odmora u prirodi u neposrednoj blizini Varaždina. Kampanja je obuhvaćala teme Prepusti se rijeci, Doživi iz zraka, Istraži na biciklu, a vezana uz web stranicu *tourism-varazdin* pružala je sve potrebne informacije za rezervaciju i realizaciju aktivnosti. Ostvarila je 868.200 impresija a video se prikazao 635.921., u kratkom vremenu (kampanja) potaknula interes kako građana tako i posjetitelja te je pozitivno utjecala na broj rezerviranih ponuđenih sadržaja.

Komunikacijske platforme TZGV (Volim Varaždin i Špancirfest) obuhvaćaju Facebook, Youtube i Instagram, a kako je spomenuto, promocija je vezana uz web stranice čime se stvara navika korištenja stranica prilikom planiranja dolaska u Varaždin.

Aktivnosti na Facebook stranici i Instagramu Volim Varaždin su tijekom 2020. intenzivirane; osim gore spomenutih kampanja provedene su i aktivacije Uskršnja košarica, Dan u Varaždinu i Božićna drvca za radost, a objavljeno je 219 objava na FB i 121 objava na IG.

Realiziranim aktivnostima ostvareni su sljedeći rezultati:

VOLIM VARAŽDIN

www.facebook.com/varazdin - povećanje broja članova zajednice za 3,79% - 27.258 pratitelja

www.instagram.com/varazdin - povećanje broja članova zajednice za 2,62% - 8.071 pratitelja

ŠPANCIRFEST

www.facebook.com/spancirfest - broj članova zajednice zadržan na razini 2019. - 93.130 pratitelja

www.instagram.com/spancirfest - broj članova zajednice zadržan na razini 2019. - 6.653 pratitelja

ADVENT U VARAŽDINU

www.facebook.com/varazdinadvent/ - povećanje broja članova zajednice za 6,5% 966 pratitelja

Cilj i rezultat: Realizirane aktivnosti i ostvareni rezultati pozitivno su utjecali i na jačanje emotivne povezanosti ciljnih skupina s destinacijom i festivalom (nadogradnja vrijednosti brenda) te na povećanje turističkog prometa.

Financijska sredstva: 34.916,51 kn

1.1.2. Udruženo oglašavanje

Turistička zajednica grada Varaždina, nastavila je petogodišnju praksu i sukladno Javnom pozivu od strane HTZ-a te Planom za 2020. predviđenim sredstvima izradila plan udruženog oglašavanja, usuglašen sa TZ Varaždinske županije. Slijedom naknadnih promjena HTZ-a, vezanih uz udruženo oglašavanje te novonastale situacije izazvane pandemijom koronavirusa Turističko vijeće Hrvatske turističke zajednice donijelo je odluku o obustavi svih javnih poziva iz kojih proizlazi financijska obveza Hrvatske turističke zajednice, pa tako i obustavu aktivnosti udruženog oglašavanja.

Financijska sredstva: 0,00 kn

1.2. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA

1.2.1. www.tourism-varazdin.hr

Kontinuirano unaprjeđivanje, logičko strukturiranje sadržaja, ažuriranje informacija i redovito tehničko održavanje bile su aktivnosti koje su se provodile tijekom 2020., a s ciljem funkcionalnosti web stranice destinacije Varaždin. S obzirom na utjecaj pandemije posebno je istaknut dio vezan uz COVID-19 u sklopu kojeg su objavljivane sve aktualne informacije korisne članovima zajednice, građanima i posjetiteljima destinacije. Stranica je obogaćena kategorijom Aktivni turizam koja sadrži pregled mogućnosti te prijedloge programa za odmor u prirodi na koji je, s obzirom na brojna ograničenja, protuepidemijske mjere i preporuke, stavljen poseban fokus - kako ponude tako i potražnje. Provedena online kampanja *Ispunite ljeto novim doživljajima* bila je vezana uz web stranicu na kojoj su uz sve spomenuto dostupne i kontakt informacije.

Prema analitici posjetitelji web stranice tijekom godine najviše su pretraživali informacije o događanjima te novosti vezane uz pandemiju. Većina je bila iz Hrvatske (83,53%), a slijede korisnici iz Njemačke, Slovenije i SAD-a. Znatno umanjeno je broja događanja i ograničene mogućnosti razvoja novih proizvoda te slijedom toga manji broj oglašavanja i promotivnih kampanja negativno su se odrazili i na korištenje web stranice - broj pregleda stranica smanjen je za 45% u odnosu na 2019., a broj korisnika za 42%.

Trendovi, interesi, navike i potrebe suvremenih turista te potrebe za konceptualnom promjenom i daljnjom tehničkom optimizacijom potaknule su izradu nove web stranice - odabrana je vanjska agencija, izvršene analize postojećeg stanja te se početkom 2021. započelo s produkcijom sadržaja i izradom koncepta za novu stranicu.

Nastavno na upit i potrebe Hrvatske turističke zajednice za novim sadržajima (fotografije i tekstovi), a za projekt Hrvatski digitalni turizam u sklopu kojeg se izrađuje novi turističko-informacijski portal - Croatia.hr, pripremljeni su novi tekstovi (Varaždin - mali velikan, Sedam varaždinskih sretnih kutaka, Kako provesti kišni dan u Varaždinu i pritom uživati, Upoznajte posebna lica grada, Varaždinske kulise koje osvajaju na prvu, Fotogenični prostori koje društvene mreže obožavaju) koji turističku ponudu destinacije, opisanu i promoviranu na inovativniji i kreativniji način čine doživljajnijom. Takav smjer promocije destinacije planiran je na novoj web stranici, a te će ista uključivati i navedene tekstove.

Cilj i rezultat: Provedene aktivnosti osigurale su posjetiteljima i potencijalnim gostima ažurirane potrebne informacije vezane uz turističku ponudu i aktualnosti u destinaciji, a sigurnosne i tehničke postavke omogućile su sigurniji pregled željenog sadržaja od strane korisnika - web stranica je prebačena s http na https protokol koji omogućava potvrdu autentičnosti posjećene web stranice, zaštitu privatnosti te očuvanje integriteta podataka koji se razmjenjuju.

Web stranica destinacije u 2020. godini broji 76.910 korisnika (pad od 42%) i 195.207 pregleda (pad od 45%), što je rezultat gore navedenih utjecaja.

Financijska sredstva: 1.141,43 kn

1.2.2. www.spancirfest.com

Web stranica festivala tehnički je održavana tijekom 2020. godine te je s obzirom na nemogućnost provedbe festivala sadržajno ažurirana i vizualno prilagođena aktivnostima koje su se provodile - ranije spomenuta kampanja *Zajedno smo online* provedena je u periodu planiranom za održavanje 22. Špancirfesta na FB profilu festivala, a sve informacije o istoj kao i prateći video materijali uključeni su u sadržaj stranice. Unatoč uspješnoj kampanji koja je ostvarila ciljeve - vidljivost festivala i održavanje veze s prijateljima / posjetiteljima festivala, neodržavanje festivala, izostanak programskih i svih promotivnih aktivnosti negativno su utjecali na posjećenost stranice koja bilježi pad broja korisnika i pregleda za 88%.

Cilj i rezultat: S obzirom da festival nije održan, web stranica je vizualno i sadržajno pratila online izdanje odnosno provedenu kampanju. Početkom 2020. e-mail adrese koje se nalaze na domeni spancirfest.com prebačene su na GSuite (Google cloud) sustav koji je omogućio veću protočnost slanja i primanja e-mailova, veći prostor za pohranu podataka, sigurniji sustav, te je time oslobođen prostor na kojem se nalazi web stranica festivala.

Financijska sredstva: 12.755,27 kn

1.2.3. www.adventuvarazdinu.com

Web stranica adventuvarazdinu.com vizualno, sadržajno i tehnički prilagođena je potrebama programa Adventa u Varaždinu. Informacije na stranici ažurirane su slijedom promjena koje su se dogodile u programskom sadržaju dok je osnovna komunikacija i promocija destinacije Varaždin u blagdanskome periodu vođena kroz društvene mreže - FB profile Advent u Varaždinu i Volim Varaždin.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2. OFFLINE KOMUNIKACIJE

2.1. OPĆE OGLAŠAVANJE

2.1.1. Oglašavanje u medijima (tisak, TV, radio)

Aktivnosti promocije destinacije, destinacijskih proizvoda i događanja koja su bila realizirana tijekom 2020. godine odrađena su kroz odnose s javnošću ili putem društvenih mreža.

Cilj i rezultat: Komunikacija s javnošću doprinijela je informiranosti javnosti o radu i aktivnostima Turističkog ureda.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.1.2. Oglašavanje u medijima - Špancirfest

Medijsko pokroviteljstvo ostvareno je na lokalnoj razini te se odnosilo na praćenje online aktivnosti 22. Špancirfesta.

Cilj i rezultat: Navedenom suradnjom povećana je vidljivost kampanje Zajedno smo online i dodatno potaknuta aktivacija koju je kampanja uključivala.

Financijska sredstva: 4.400,00 kn

2.2. BROŠURE I TISKANI MATERIJALI

2.2.1. Dotisak promotivnih materijala

Početakom 2020. sukladno planiranim vlastitim promotivnim aktivnostima te za potrebe drugih subjekata dotisnuta je image brošura Varaždin (1.000 komada hrvatski jezik i 1.000 komada engleski jezik).

Cilj i rezultat: Dotisak navedenih materijala izvršen je, prije pojave pandemije, u cilju da zadovolji potrebe sajмова, skupova i događanja, potrebe smještajnih objekata i TIC-a TZGV-a.

Financijska sredstva: 6.325,00 kn

2.2.2 Novi tiskani materijali

Planirani Programom rada za 2020. novi tiskani materijali nisu realizirani zbog reorganizacije aktivnosti i promocije usmjerene na online aktivnosti. Sukladno potrebama novi tiskani materijali realizirat će se u narednom razdoblju, a usklađeni sa sadržajnim konceptom web stranice.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.2.3. Špencirfest informativno promotivni materijali

Vizual za 22. izdanje festivala Špencirfest, izrađen prije početka pandemije, korišten je na web stranici festivala te u kampanji Zajedno smo online. Izvedene su slijedeće aktivnosti: koordinacija grafičkog oblikovanja, sudjelovanje u izradi video materijala, izrada materijala za kampanju.

Cilj i rezultat: Realizirane aktivnosti doprinijele su uspješnosti promocije.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.2.4. Informativno promotivni materijali uz događanja i nove proizvode

Vezani uz događanja i nove proizvode, a u skladu s događanjima koja su bila održana, tiskani su sljedeći promotivni materijali: knjižica godišnjih događanja Varaždin 2020., deplijani Ljeto u Varaždinu i Ljeto u Varaždinu se nastavlja te su izrađeni city light i jumbo plakati za navedena događanja kao i za Međunarodni dan turističkih vodiča i MOP Špencirfest.

Cilj i rezultat: Izrađeni promotivni materijali doprinijeli su boljoj informiranosti i promociji događanja.

Financijska sredstva: 17.670,00 kn

2.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU

Press konferencije i redovni odnosi s javnošću

Tijekom 2020. godine održano je šest konferencija za medije vezanih uz otvaranje Trga tradicijskih obrta, predstavljanje projekta Kreativna Europa, Ljeto u Varaždinu, Špencirfest, MOP te Advent u Varaždinu. Turistički ured promptno je odgovarao na upite novinara i građana, a izrađeno je i distribuirano sedam objava za medije. Izvođene su slijedeće aktivnosti: pripreme i održavanje konferencija za medije, izrada i distribucija objava za medije te zaprimanje i priprema odgovora na upit medija i građana.

Cilj i rezultat: Realizacija navedenih aktivnosti doprinijela je ostvarenju cilja - podizanje vidljivosti aktivnosti TZGV-a te informiranje zainteresirane javnosti.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.4. SUVENIRI I PROMOTIVNI MATERIJALI

Sukladno reorganizaciji aktivnosti i promjenama u budžetu nisu izrađeni planirani promotivni materijali - vrećice i majice.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2.5. INFO TABLE

Tijekom godine nije bilo potreba za izradom nove signalizacije i interpretacije. O svim postojećim elementima u vlasništvu TZGV vodila se kontinuirana briga kako bi zadržali funkcionalnu i estetsku vrijednost. Interaktivna info točka postavljena na ulazu u Turistički ured zahtijeva nadogradnju softwera i hardwarea kako bi zadržala funkcionalnost - pružanje informacija posjetiteljima posebno izvan radnog vremena TIC-a. Slijedom razgovora i informacija vezanih uz projekt Smart Tourist kojeg provodi tvrtka Magic Net u suradnji s Gradom Varaždinom, a u sklopu kojeg je za 2021. planirana

postava interaktivnih displaya na korisnim lokacijama u gradu Varaždinu, postojeći display ispred TZGV zamijenit će se navedenim novim.

Financijska sredstva: 0,00 kn

III. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. SAJMOVI

Tijekom 2020. godine zbog aktualne situacije nisu realizirane aktivnosti vezane uz promociju putem sajмова.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2. STUDIJSKA PUTOVANJA

Također zbog ograničenja putovanja i protuepidemijskih mjera nisu bila organizirana studijska putovanja.

U listopadu 2020. u sklopu projekta City Walk Varaždin je posjetila portugalska nacionalna televizija koja je u sklopu priloga o projektu istaknula i neke od posebnosti destinacije Varaždin.

Također u listopadu Varaždin je posjetila i fotografkinja i influencerica Danijela Kreković, za koju je sukladno interesima izrađen itinerer te su dogovoreni susreti sa dionicima turističke ponude grada, a koja je fotografije i doživljaje dvodnevnog boravka u Varaždinu objavila na svojem Instagram profilu <https://www.instagram.com/danijela.adler/>, trenutno ca. 24.500 pratitelja.

Cilj i rezultat: Navedena gostovanja imala su pozitivan utjecaj na promociju destinacije.

Financijska sredstva: 750,00 kn

3. POSEBNE PREZENTACIJE

TZGV je sudjelovala u prezentaciji Garantirano z Varaždinske županije koja je održana u organizaciji Varaždinske županije u listopadu na središnjem zagrebačkom trgu. Događanje je okupilo 60-ak OPG-ova, obrtnika, tvrtki, domaćih radinosti i ostalih sudionika, a naglasak je bio na autohtonim proizvodima, posebnostima i događanjima.

Cilj i rezultat: Sudjelovanjem na spomenutoj prezentaciji pojačana je percepcija destinacije Varaždin i njezinih proizvoda na zagrebačkom tržištu što je u periodu orijentiranosti na domaća putovanja i goste imalo dodatnu vrijednost za Varaždin.

Financijska sredstva: 0,00 kn

IV. INTERNI MARKETING

1. EDUKACIJA I PRISUSTVOVANJE STRUČNIM SKUPOVIMA, SEMINARIMA

Sukladno važnosti tema organiziranih stručnih skupova, seminara i ostalih radnih sastanaka, a u cilju informiranosti i educiranosti TZG Varaždina između ostalog sudjelovala je u sljedećem:

- radionice u sklopu projekta *Upravljanje kvalitetom u turizmu Varaždinske županije* u organizaciji TZ Varaždinske županije i Instituta za turizam, namijenjene sustavu turističkih zajednica s područja županije i jačanju zajedničke suradnje
- radionica *Digitalni marketing na društvenim mrežama* održana je u organizaciji Varaždinske županije s ciljem edukacije o mogućnostima marketinga na društvenim mrežama, odnosno usmjeravanja turističke ponude prema konkretnim ciljanim skupinama gostiju, koristeći pritom široki raspon digitalnih alata na društvenim mrežama; voditelj radionice bio je Domagoj Sever - fotograf, travel blogger, stručnjak za društvene mreže i vlasnik agencije za marketing i promociju Croatian Nomad
- radionice UČIONICE, dio suradnje Grada Varaždina i Grada Rijeke u sklopu programa EPK 2020, realizirane u organizaciji P4, od listopada do prosinca, uključivale su sedam modula - Uvod u Produkciju, Financijsko-pravni aspekti produkcije, Komunikacije, Financiranje u kulturi, Osnove menadžmenta i marketing, Razvoj publike, Organizacija kulturnih događaja.

Financijska sredstva: 0,00 kn

2. KOORDINACIJA SUBJEKATA UKLJUČENIH U TURISTIČKI PROMET

Slijedom promjena u poslovanju izazvanih COVIDom-19, a kako bi maksimalno uspješno odgovorili na nove izazove TZGV je tijekom 2020. intenzivirala suradnju s dionicima u turizmu grada Varaždina posebno ugostiteljima, hotelijerima i iznajmljivačima, turističkim agencijama... U cilju provođenja aktivnosti nastavljena je suradnja s lokalnom samoupravom, institucijama i organizacijama iz kulture, TZ Varaždinske županije, organizatorima događanja te ostalim subjektima koji sudjeluju i doprinose turističkom razvoju grada.

Cilj i rezultat: Organizacijom i provedbom koordinacija nastavljena je dobra praksa kontinuirane komunikacije s dionicima u turizmu čime se doprinijelo sinergiji, informiranosti, kvalitetnijoj suradnji i razvoju turističke ponude.

Financijska sredstva: 0,00 kn

3. NAGRADE I PRIZNANJA

Dodjela priznanja i nagrada realizirana je u siječnju 2021. godine te će sredstva biti iskazana u izvješću 2021.

Financijska sredstva: 0,00 kn

V. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. BANKA FOTOGRAFIJA I VIDEO MATERIJALA

Raspoloživost i kvaliteta fotografija i video materijala preduvjet su promocije posebno one koju TZGV provodi putem online kanala. S ciljem podizanja atraktivnosti i uspješnosti promocije u narednom razdoblju, tijekom 2020. godine napravljena je detaljna analiza postojeće banke fotografija i video materijala, izrađen je plan potreba sukladno definiranim promotivnim aktivnostima za 2021. godinu i sadržajnom konceptu nove web stranice destinacije te su prikupljene ponude za izradu i otkup fotografija. Za promotivnu kampanju Mijenjamo navike ali ne i odredište otkupljene su dvije fotografije.

Cilj i rezultat: Realizirane aktivnosti pripreme te kvalitetna dopuna banke fotografija i video materijala povećat će atraktivnost i učinkovitost promocije.

Financijska sredstva: 713,45 kn

2. PRIPREMA U IZDAVAŠTVU

Sukladno potrebama izrađena su grafička rješenja za sve ranije navedene promotivne materijale.

Financijska sredstva: 13.250,00 kn

3. eVISITOR

Sustav eVisitor služi za prikupljanje i obradu podataka o obveznicima (vlasnicima smještajnih objekata) i njihovim smještajnim jedinicama na području RH, prijavu i odjavu turista od strane pružatelja usluga smještaja, obračun i kontrolu naplate turističke pristojbe te obradu i analizu podataka za izvještavanje u statističke svrhe. Kao takav, omogućava relevantne podatke o kretanju turističkog prometa te financijske podatke o naplati turističke pristojbe. Tijekom 2020. godine sustav je unaprijeđen te je uvedena mogućnost praćenja naplate turističke članarine.

U 2020. godini u sustav je upisano deset novih obveznika na području grada Varaždina s njihovim objektima - svih deset su smještajni objekti u domaćinstvu, te je u sustavu deaktivirano šest obveznika koji su tijekom 2020. zatvorili smještajne objekte. Svim obveznicima dodijeljeni su pristupni podaci i detaljne upute za daljnje samostalno korištenje sustava (evidencija o dolascima i noćenjima turista koji borave u njihovim smještajnim objektima).

Na temelju podataka iz sustava mjesečno se izrađivao izvještaj o broju dolazaka i noćenja, broju domaćih i stranih gostiju, prosječnoj dužini boravka turista te emitivnim tržištima. Godišnje i prema potrebi izrađivani su izvještaji o popunjenosti smještajnih kapaciteta. Tijekom godine odgovaralo se na upite obveznika te samostalno ili u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom rješavalo nastale probleme.

Financijska sredstva: 0,00 kn

VI. OSTALO

1. VARAŽDINSKA KUĆA

Tijekom godine evidentirani su režijski troškovi.

Ukupna vrijednost ulaganja u projekt Varaždinska kuća, evidentirana u ostaloj nematerijalnoj imovini u bilanci TZGV u iznosu od 224.902,52 kn, koja se odnosi na elaborate, tehničku dokumentaciju, idejni projekt, studije, dozvole, rješenja i pristojbe realizirane u periodu 2011.-2015., evidentira se u rashodima 2020. godine, a zbog zastarijelosti dijela dokumentacije te, s obzirom da nije vlasnik nekretnine, neprihvatljivosti TZGV kao prijavitelja na fondove u najavi (prijavitelj će biti Grad Varaždin).

Financijska sredstva: 871,99 kn (vrijednost ulaganja u projekt izražena je u materijalnim rashodima, pod mjestom troška Ostala potraživanja i neotpisana vrijednost imovine)

2. NACIONALNI NATJEČAJI

Tijekom 2020. godine TU TZGV je pripremio te 1.10.2020. prijavio projekt „Smjena gradske straže i pucanj iz topa“ na Poziv Ministarstva kulture RH za predlaganje programa javnih potreba u kulturi Republike Hrvatske za 2021. godinu. Rezultati se očekuju u ožujku 2021

3. PROJEKTI U PROVEDBI

3.1. ZELENO ŽELIMO, Program suradnje INTERREG V-A SLOVENIJA HRVATSKA

EU projekt Povezivanje zelene turističke ponude zaleđa s registriranom prirodnom i kulturnom baštinom

U 2020. godini TZGV je nastavila s provedbom EU projekta „Zeleno želimo“ koji se sufinancira iz navedenog programa. Vodeći partner projekta je Poljoprivredno šumarski institut Murska Sobota, a partneri uz TZGV su ITC, ZOT Dobrovnik i Zavod Marianum iz Slovenije te Grad Ludbreg i HGK županijska komora Varaždin s hrvatske strane.

Ukupna vrijednost projekta je 836.515,00 Eura.

Proračun namijenjen aktivnostima TZGV je 120.815,00 Eura od čega je 85% stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj dok 15% osigurava TZGV iz vlastitih izvora.

Tijekom 2020. sukladno projektnim aktivnostima, samostalno i/ili u suradnji s partnerima u projektu realizirano je sljedeće: međunarodna završna konferencija projekta i sastanci projektnih partnera te marketinške aktivnosti vezane uz promidžbu i vidljivost projekta.

Projekt je završio s provedbom 28.2.2020.

Financijska sredstva (rashodi u 2020.): 50.728,91 kn

3.2. PEOPLE POWER PARTNERSHIP (akronim PPP)

Program Europske unije Kreativna Europa (2014.–2020.) sedmogodišnji je program namijenjen kulturnom i audiovizualnom sektoru.

PPP je prijavljen u 2019. kao veći program suradnje u kojem sudjeluje 14 partnera iz 10 zemalja Europe, a glavni prijavitelj projekta je Aktionstheater Panoptikum Gemeinnutzige GMBH.

Cilj projekta je dodatno obogatiti kulturno umjetnički sadržaj na festivalu Špancirfest i mladima grada Varaždina omogućiti stjecanje umjetničkih kompetencija pod vodstvom iskusnih kreativnih profesionalaca. Fokus projekta stavljen je na mobilnost i razmjenu mladih, jačanje osjećaja pripadnosti, promociju razumijevanja među ljudima i suradnički rad usmjeren zajedničkom cilju.

Projekt je odobren za sufinanciranje u lipnju 2020. i započeo je s provedbom 15.10.2020. Trajat će do 14.10.2024.

Ukupan proračun projekta iznosi 3.980.590,00 Eura, od čega je zatraženo sufinanciranje od EU u iznosu 1.990.295,00 Eura.

Proračun TZGV iznosi 195.776,00 Eura. Udio sufinanciranja Turističke zajednice grada Varaždina iznosi 97.888,00 Eura (50%).

TZGV je za svoj financijski udio poslala zahtjev za sufinanciranje projekta programa EU Kreativna Europa Ministarstvu kulture koje sukladno Pravilniku o sufinanciranju projekata odobrenih u okviru programa Europske unije Kreativna Europa - potprogram Kultura sudjeluje s najmanje 20%, a najviše 40% financijskog udjela hrvatskog projektnog partnera.

U 2020. zahtjev je odobren i projekt je sufinanciran od strane Ministarstva kulture RH s 14.000,00 kn.

U 2020. TZGV je zatražila sufinanciranje svog udjela u projektu i od strane Grada Varaždina.

Grad Varaždin donio je Odluku o dodjeli sredstava u iznosu 132.000,00 kn.

Financijska sredstva (rashodi u 2020.): 14.000,00 kn

VII. ADMINISTRATIVNI MARKETING

1. RAD TURISTIČKOG UREDA I TIC-A TZ GRADA VARAŽDINA

U Turističkom uredu i TIC-u grada Varaždina u 2020. stalno su, na neodređeno, zaposlene četiri djelatnice i direktorica. Za potrebe vođenja EU projekta Zeleno želimo na određeno je do završetka projekta (29.2.2020.) zaposlena jedna djelatnica. Paralelno s provođenjem projekta Zeleno želimo, a slijedom otvorenog natječaja, provedenih aktivnosti, apliciranog i odobrenog projekta Kreativna Europa - PPP na kojem je TZGV partner, djelatnici zaposlenoj na radnom mjestu Voditelj projekata produžen je ugovor o radu do 1.4.2021.

Turistički ured pripremao je i realizirao sve zadatke predviđene Programom rada Turističke zajednice grada Varaždina, a kojih je on nositelj izvršenja.

Uz redovne poslove predviđene programom kao i izvršenjem zadataka u odnosu na Hrvatsku turističku zajednicu, izvršavani su i drugi poslovi od interesa za razvoj turizma grada.

Turistički ured sudjelovao je u radu pojedinih tijela lokalne uprave i samouprave kao i u radu pojedinih udruga i institucija, a na temu turističkog razvoja.

Uz navedeno Turistički ured je pripremio materijale za:

- sjednice Skupštine TZGV-a
- pripremio informacije o radu između dviju sjednica Vijeća
- sjednice Vijeća i Nadzornog odbora TZGV
- ostale sastanke u cilju kvalitetne realizacije Programa rada
- izradio projekte, te iste kandidirao na raspisane natječaje od strane državnih tijela i institucija, kao i drugih pravnih subjekata
- pripremio prezentacije vezane uz turizam grada i pojedine projekte
- izvršavao zadatke iz kandidiranih projekata
- pripremao materijale i fotodokumentaciju za izradu promotivnih materijala
- ažurirao informacije na web stranicama
- sudjelovao u radu Turističke zajednice Varaždinske županije te poticao suradnju sa susjednim Turističkim uredima odnosno Turističkim uredima Središnje Hrvatske
- sudjelovao u radu tematskih sastanaka vezanih uz turizam u Gradskoj upravi
- sudjelovao u radu stručnih sastanaka, predavanja, seminara u organizaciji nadležnih tijela iz resora turizma

Posebni poslovi

- priprema, organizacija i provedba manifestacija iz Programa rada za 2020. godinu u skladu s aktualnih protuepidemijskim mjerama
- Izrada marketinškog programa koji obuhvaća osiguranje sponzorskih i donatorskih financijskih sredstava za provedbu manifestacija
- koordinacija rada u tijeku priprema manifestacija s Upravnim odjelima Grada
- koordinacija rada u tijeku priprema i provedbe s odgovarajućim službama i institucijama značajnim za realizaciju manifestacije

- usklađivanje Statuta TZGV, poslovnika (Poslovnik o radu Skupštine TZGV, Poslovnik o radu Vijeća TZGV), pravilnika (Pravilnik o radu TZGV, Pravilnik o ustrojstvu, sistematizaciji i organizaciji radnih mjesta TU TZGV, Pravilnik o obračunu i isplati plaća, naknadi plaća i ostalih primanja TU TZGV), a slijedom novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji je stupio na snagu 1.1.2020.

Sukladno Preporuci Ministarstva turizma Republike Hrvatske od 17. ožujka 2020. godine, Turističko informativni centar (TIC) TZGV zatvoren je od 18. ožujka za rad sa strankama te se komunikacija sa strankama, gostima, partnerima i iznajmljivačima odvijala isključivo putem telefona i putem e-maila.

Sukladno preporukama, od 24. ožujka organiziran je rad od kuće, primjenom elektroničke komunikacije i upotrebom odgovarajućih IT i komunikacijskih alata.

Nastavak rada u uredu TZGV, uz pridržavanje svih propisanih sigurnosnih mjera započeo je 27.4.2020. godine.

Radno vrijeme TIC-a TZGV smještenog u prostoru TZGV-a bilo je od 8 do 16 sati, subotom od 10 do 13 sati, nedjeljom zatvoreno.

U sklopu TIC-a obavljani su zadaci Turističke zajednice s naglaskom na informativno promotivne aktivnosti i to kako sljede:

komunikacija i pružanje informacija

- prikupljanje i ažuriranje informacija o turističkoj, kulturnoj i ostaloj ponudi grada i županije
- distribucija informacija – mail, telefon, web chat
- prikupljanje, ažuriranje i distribucija informacija vezana uz pandemiju COVID - 19, a posebno: svakodnevno ažuriranje novosti i objavljenih preporuka Stožera civilne zaštite RH, Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma i sporta koji su se odnosi na turističke subjekte, organizatore događanja i turiste, pružanje informacija o propusnicama i mogućnostima kretanja unutar županije i države, informacije o prelasku granice (propusnice, potvrde o boravku turista, mjere samoizolacije i sl.), informacije o web stranici Enter Croatia te popunjavanju obrasca za ulazak u Hrvatsku
- prikupljanje i ažuriranje informacija i kontakt podataka o ugostiteljskim objektima koji su imali dostavu hrane u vrijeme kada su prema mjerama Stožera civilne zaštite ugostiteljski objekti bili zatvoreni, te o ostaloj ponudi u vrijeme pandemije

vođenje evidencija i statistike - eVisitor

- dnevna evidencija prijave i odjave gostiju - eVisitor
- statistika ostvarenih dolazaka i noćenja na području grada
- evidencija uplaćene turističke pristojbe i turističke članarine

suradnja s turističkim agencijama te Društvom turističkih vodiča i pratitelja

- priprema i dostava relevantnih informacija turističkim agencijama – pomoć u izradi itinerera za grad
- suradnja s DTV i PV u rezervaciji vodiča, informiranje DTV i PV o novitetima i aktualnostima u turističkoj ponudi grada

suradnja s turističkim zajednicama regije te turističkim uredima HTZ-a u Europi

- prikupljanje podataka i informiranje o turističkoj ponudi Središnje Hrvatske
- kontinuirano dostavljanje prilagođenih informacija o turističkoj ponudi grada turističkim uredima Hrvatske turističke zajednice u Europi.

TIC TZGV-a središnji je informativni centar za cijelu Varaždinsku županiju. Uz sve potrebne informacije vezane uz turizam grada Varaždina, Varaždinske županije, ali i šire regije, posjetiteljima su dostupni promotivni materijali grada i županije, gradova središnje Hrvatske, grada Zagreba, susjednih županija te opći promotivni materijali Hrvatske.

S obzirom na pandemiju COVID-19 i ograničenja u putovanjima u 2020. godini nije bilo organiziranih posjeta grupa, a u sklopu TIC-a evidentiran je manji broj posjeta u odnosu na ranije godine.

Ukupan fond sati u 2020. godini iznosio je 2.145 od toga 2.080 radnih sati i 65 prekovremenih sati.

Financijska sredstva (rad TU i TIC-a): 1.529.875,23 kn

STATISTIČKI POKAZATELJI ORGANIZIRANIH DOLAZAKA U VARAŽDIN**OSTVARENI BROJ POSJETITELJA**

- Društvo turističkih vodiča i pratitelja grada Varaždina**

2020. god. - 5 grupa

2019. god. - 202 grupe

2018. god. – 200 grupa

- Gradski muzej Varaždin:**

2020. god. - 17.926 posjetitelja

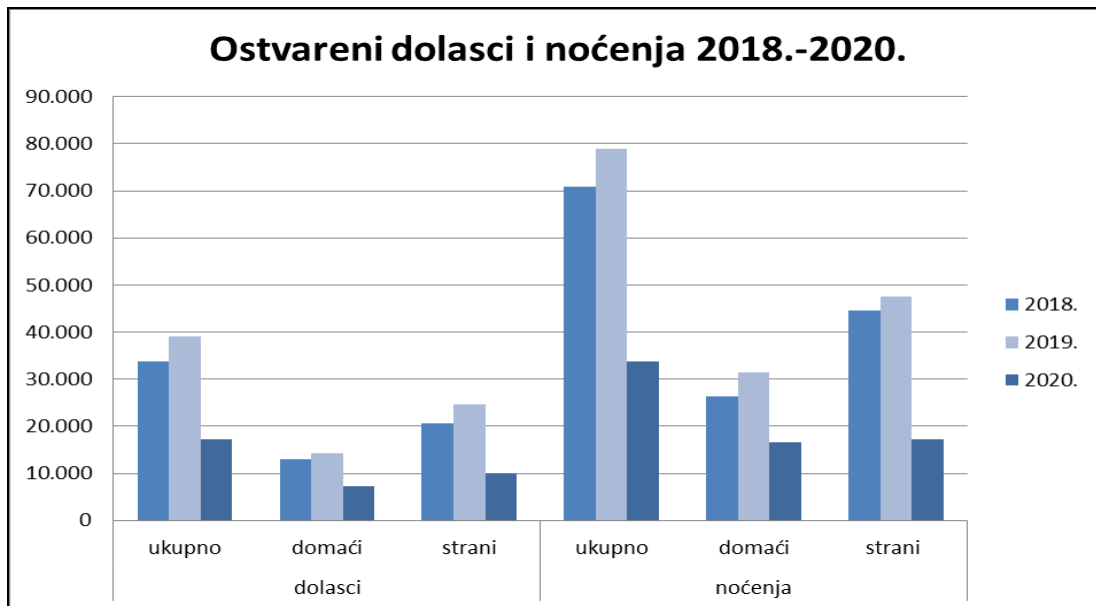
2019. god. - 56.641 posjetitelj

2018. god. - 53.887 posjetitelja

OSTVARENI DOLASCI I NOĆENJA

U 2020. godini otvoreno je 10 novih smještajnih objekata (8 apartmana, 1 studio apartman i 1 soba u domaćinstvu) sa ukupno 36 stalnih ležajeva i 18 pomoćnih. U istom periodu zatvoreno je 6 privatnih smještajnih objekata što je dovelo do smanjenja kapaciteta za 12 stalnih ležajeva i 4 pomoćna.

godina	broj ležaja		OSTVARENI DOLASCI I NOĆENJA						prosječna dužina boravka	
	stalni	pomoćni	dolasci			noćenja			domaći	strani
			ukupno	domaći	strani	ukupno	domaći	strani		
2018.	914 (od 15.7. do 15.9. raspolože s još 861 krevetom)	25	33.779	13.092	20.687	70.924	26.367	44.557	2,10	2,01
2019.	949 (od 15.7. do 15.9. raspolože s još 861 krevetom)	15	39.032	14.350	24.682	78.828	31.354	47.474	2,02	2,18
2020.	1.002 (od 15.7. do 15.9. raspolože s još 861 krevetom)	21	17.279	7.167	10.114	33.858	16.568	17.290	1,96	2,31



mjesec	DOLASCI		2020./2019. %	NOĆENJA		2020./2019. %
	2019.	2020.		2019.	2020.	
SIJEČANJ	1.333	1.924	44,34	2.877	3.965	37,82
VELJAČA	1.616	2.162	33,79	3.026	3.978	31,46
OŽUJAK	1.352	631	-53,33	2.624	1.891	-27,93
TRAVANJ	3.182	61	-98,08	6.115	764	-87,51
SVIBANJ	3.479	296	-91,49	6.510	890	-86,33
LIPANJ	3.360	1.308	-61,07	6.905	2.379	-65,55
SRPANJ	4.168	2.530	-39,30	9.541	4.479	-53,06
KOLOVOZ	6.900	3.859	-44,07	14.386	6.303	-56,19
RUJAN	3.989	2.079	-47,88	8.668	3.723	-57,05
LISTOPAD	3.133	1.257	-59,88	6.213	2.546	-59,02
STUDENI	2.608	685	-73,73	5.080	1.604	-68,43
PROSINAC	2.039	487	-76,12	3.474	1.336	-61,54
UKUPNO	37.159	17.279	-53,50	75.419	33.858	-55,11

2. RAD TIJELA TZG VARAŽDINA

Sva tijela TZGV u 2020. godini djelovala su u skladu sa Zakonom i Statutom TZGV te Poslovnica o radu Tijela TZGV. Za sve sjednice dostavljani su pisani pozivi članovima Tijela kao i pisani prilozi uz pojedine točke dnevnog reda. Sjednice Tijela održavane su redovito, sukladno potrebama, dinamikom i sadržajem u nastavku:

1. siječnja 2020. godine stupio je na snagu novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, 42/20) sukladno kojem su usklađeni akti TZGV, kao i novi Statut koji je stupio na snagu 6. listopada 2020. godine. U skladu s navedenim promjenama, TZGV je dana 6. studenog konstituirala novu Skupštinu za mandatno razdoblje od 2020. do 2024. godine te izvršila izbor članova Turističkog vijeća. Obzirom da je novim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma ukinut Nadzorni odbor, a nadzor financijskog poslovanja preuzima Skupština, TZGV je osnovala radno tijelo Skupštine za financijska pitanja.

Sjednice Tijela u većem su broju održane elektronskim putem, a članovi Tijela svojim su pismenim suglasnostima donosili zaključke i odluke po točkama dnevnog reda.

TURISTIČKO VIJEĆE TZGV

Tijekom izvještajnog razdoblja održano je deset sjednica Vijeća Turističke zajednice grada Varaždina. Od toga ih je osam održano u starom mandatu (2018.-2022.), te dvije sa članovima u novom mandatu (2020.-2024.), a ukupno je obrađeno 25 točaka dnevnog reda.

Uz donošenje mjera i aktivnosti u okolnostima uzrokovanim pandemijom, donosi se odluka o smanjenju bruto plaća djelatnica u periodu od travnja do listopada 2020.

Prihvaćen koncept festivala Špancifest od ožujka stavlja se van snage i formira se koncept festivala manjeg obima, no odlukom HZJZ održavanje istog se ne preporučuje, te se u srpnju donosi odluka o neodržavanju festivala. Na temelju Zaključka o organizaciji Adventa u Varaždinu donosi se Odluka o provedbi klizališta na Kapucinskom u organizaciji Gradske tržnice Varaždin.

Uz izvješća i odluke vezane na aktivnosti iz programa rada TZGV za 2020., donosi se i odluka o kupnji glazbene kamperice.

S izborom novih članova Vijeća donosi se i novi Poslovnik o radu turističkog Vijeća, te ostali akti koji su usklađeni s novim Zakonom i Statutom TZGV.

Sjednicama su redovno prisustvovali pročelnik UO za upravljanje imovinom i gospodarstvo, g. Tomislav Bogović te viša savjetnica za turizam i gospodarstvo u UO za upravljanje imovinom i gospodarstvo, gđa. Nada Bengeri.

KOMISIJA TZGV

Komisija za odabir ponuda nabave roba i pružanja usluga donijela je sljedeće odluke: o odabiru novih korisnika prodajno prezentacijskih kućica i o odabiru pružatelja usluga tehničke i logističke službe Špancifest 2020.

SKUPŠTINA TZGV

Uz konstituirajuću Skupštinu za mandatno razdoblje 2020.-2024. održane su još 3 sjednice Skupštine. Uz prihvaćene godišnje Izvještaje o finansijsko-materijalnom poslovanju za 2019., donosi se i Program rada za 2021., kao i Poslovnik o radu Skupštine usklađen sa novim Statutom TZGV.

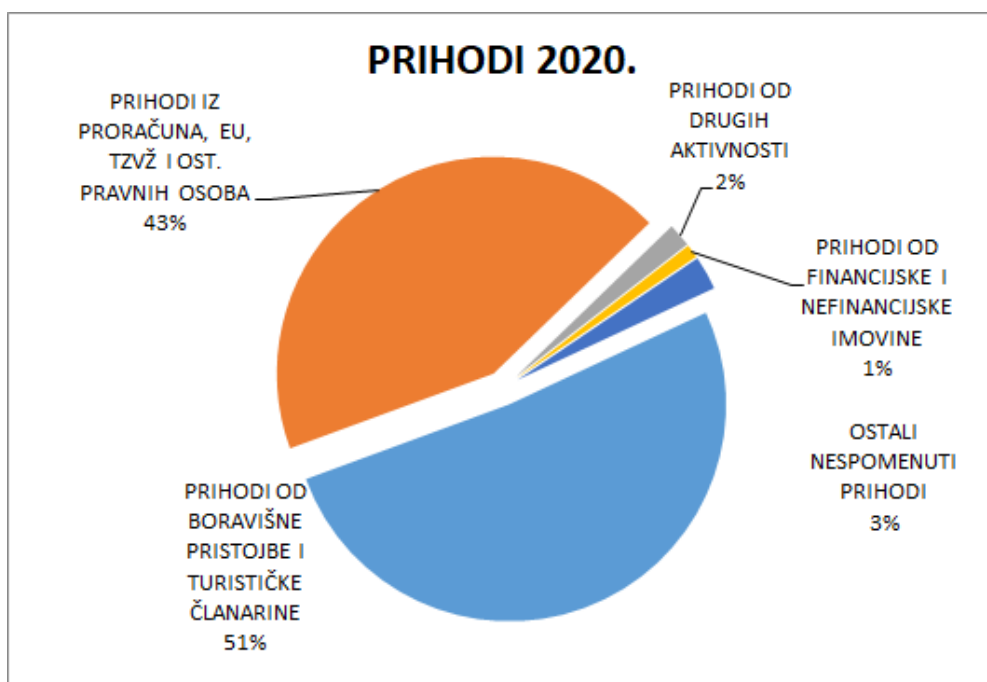
NADZORNI ODBOR

U 2020. godini održana je jedna sjednica Nadzornog odbora na kojoj su članovi razmotrili finansijska izvješća, kao i Izvješće o radu. Svojim sugestijama i primjedbama doprinijeli su kvalitetnom izvješćivanju i kontroli rada TZGV, a koje nadalje preuzima Radno tijelo Skupštine za finansijska pitanja.

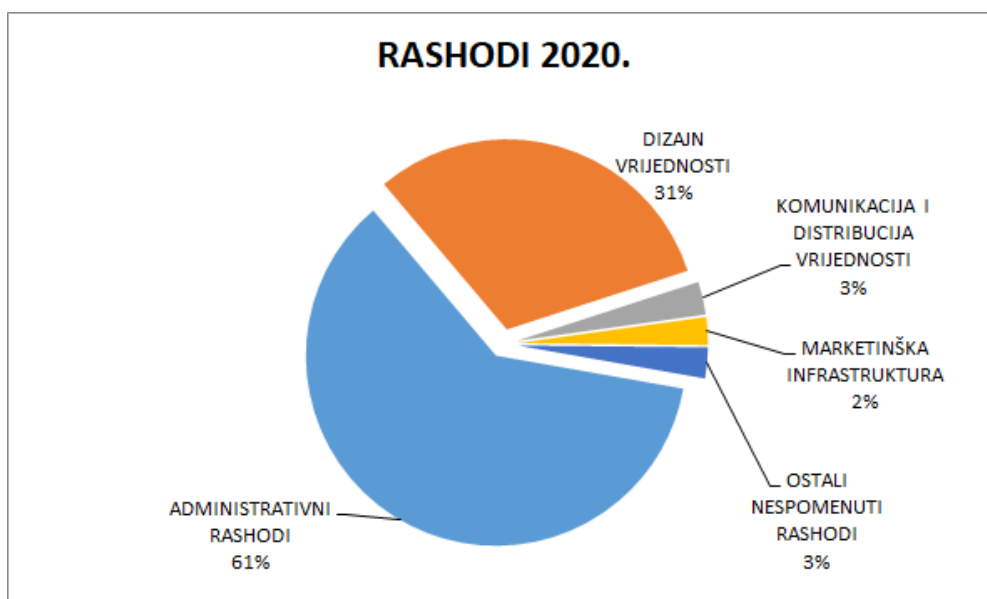
GRAFIČKI PRIKAZ FINANCIJSKOG IZVJEŠĆA

Ukupni prihodi 2020.	3.044.969,47 kuna
Ukupni rashodi 2020.	2.506.144,67 kuna
Rezultat godine	538.824,80 kuna
Višak prethodnih godina	20.627,20 kuna
Rezultat	559.452,00 kune

PRIHODI 2020.	IZNOS	
PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE I TURISTIČKE ČLANARINE	1.563.430,86	51,34%
PRIHODI IZ PRORAČUNA, EU, TZVŽ I OST. PRAVNIH OSOBA	1.320.683,90	43,37%
PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	53.520,61	1,76%
PRIHODI OD FINACIJSKE I NEFINACIJSKE IMOVINE	30.776,45	1,01%
OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	76.557,65	2,51%
UKUPNO:	3.044.969,47	100,00%



RASHODI 2020.	IZNOS	
ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.529.875,23	61,04%
DIZAJN VRIJEDNOSTI	781.456,88	31,18%
KOMUNIKACIJA I DISTRIBUCIJA VRIJEDNOSTI	70.060,21	2,80%
MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	59.151,45	2,36%
OSTALI NESPOMENUTI RASHODI	65.600,90	2,62%
UKUPNO:	2.506.144,67	100,00%



Turistički ured TZG Varaždina
Ivan Čehok, predsjednik TZGV