

# TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA KRAPINE

---

Turistička zajednica grada Krapine  
Magistratska 28  
49 000 Krapina  
tzg-krapina@kr.htnet.hr

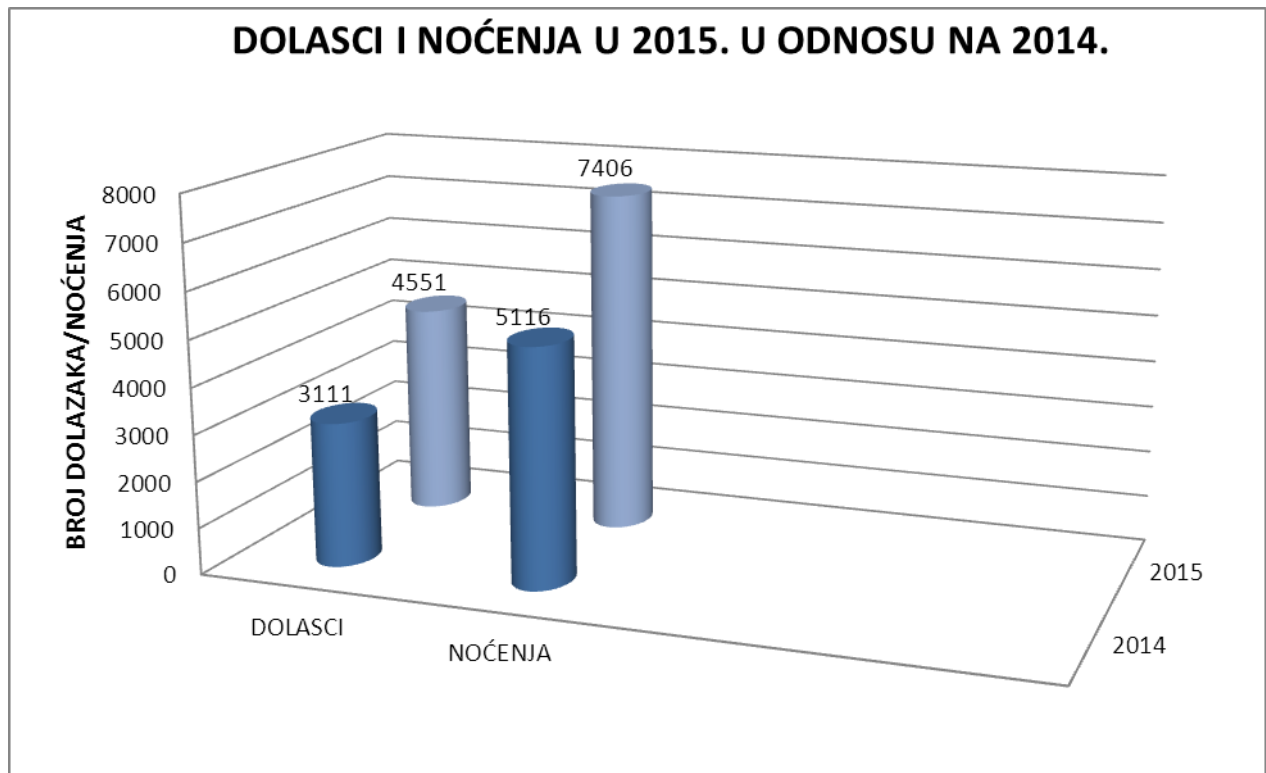
## IZVJEŠĆE O OSTVARENJU PROGRAMA RADA I FINANCIJSKOG PLANA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KRAPINE ZA 2015.

### UVOD

Turisti danas putuju češće, imaju izraženu potrebu za edukacijom, žele boraviti u vrijednom prirodnom i kulturnom okruženju, zanima ih stil i način života i lokalne specifičnosti, povijest i njeno naslijeđe.

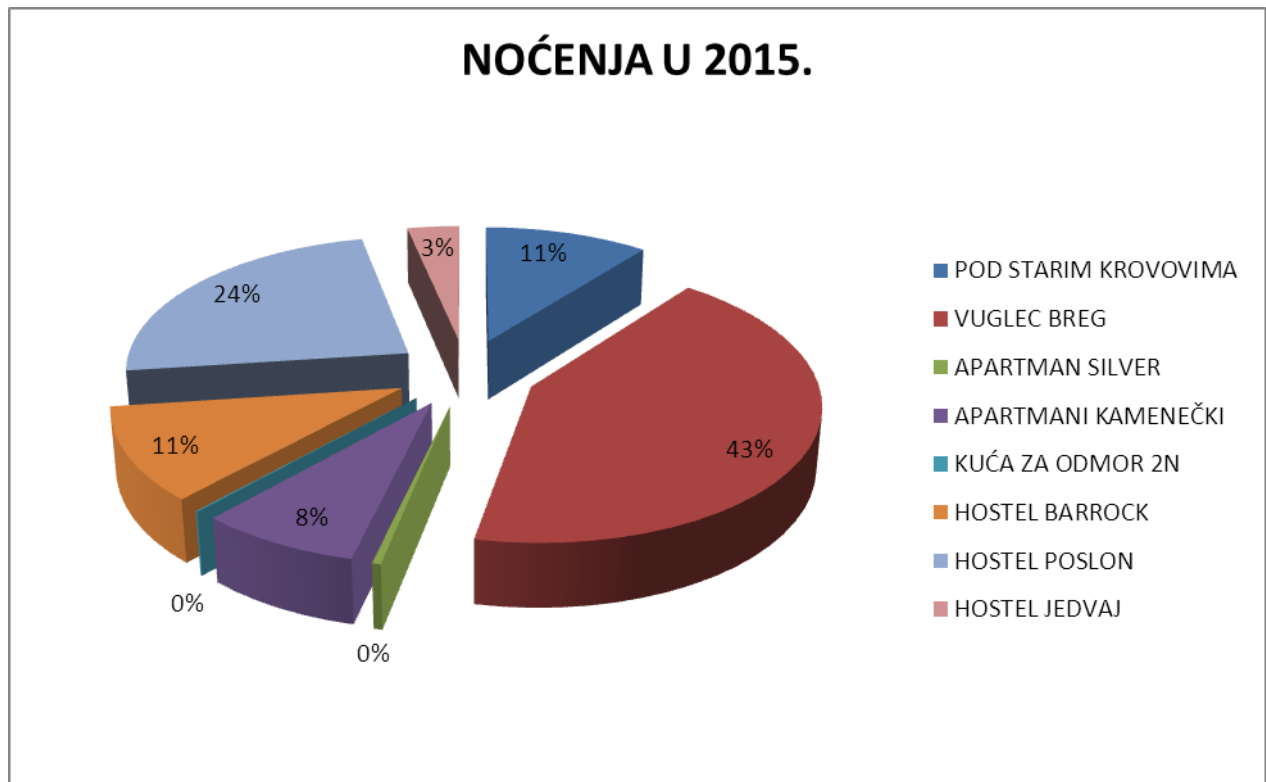
Grad Krapina kao grad povijesti i kulture svoju turističku ponudu uglavnom bazira na bogatom kulturnom materijalnom i nematerijalnom naslijeđu. Upravo to naslijeđe čini okosnicu tzv. destinacijskom menadžmentu pod kojim podrazumijevamo sve one strukture koje formalno ili neformalno upravljaju destinacijom, i to: lokalna uprava i samouprava, tijela turističke zajednice, hotelijeri, restorateri, turističko posredovanje, iznajmljivači, vodeći gospodarstvenici, interesne skupine. Osim toga, mora se računati i s daljnjom individualizacijom ponude. Na turizam se odražava sve što se događa, od pomicanja granice za odlazak u mirovinu do činjenice da će poslove na neodređeno vrijeme postupno istiskivati fleksibilniji modeli. Također, turistički domaćini ne mogu previdjeti da se struktura tradicionalne obitelji mijenja, da su to i obitelji s jednim roditeljem, partneri i slično .

Vođeni takvom premisom realiziran je program Turističke zajednice grada Krapine.



Na području grada postoji 11 smještajnih objekata: Vuglec breg, Sobe u domaćinstvu Pod starim krovovima, Hosteli Barrock, Poslon i Jedvaj, Apartman Silver, Sobe i apartman Kamenečki, Ruralna kuća za odmor Golub, Apartman u domaćinstvu Potočki, Kuća za odmor u domaćinstvu 2N i Kuća za odmor Vila Pačetina.

U 2015. godini porastao je broj dolazaka i noćenja u odnosu na 2014. godinu. Broj noćenja u 2014. iznosio je 5 116, a u 2015. bio je 7 406, što je 2 290 noćenja više, odnosno, povećanje od 44%,

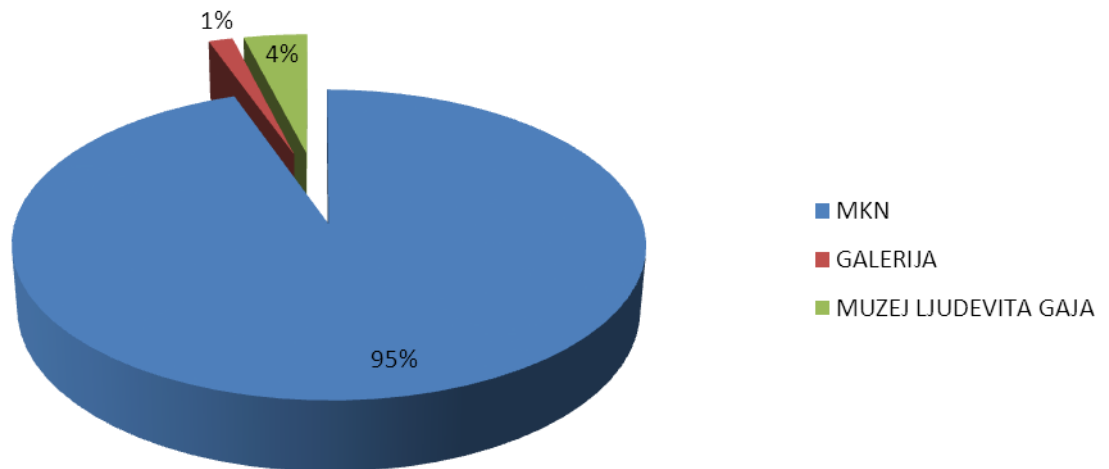


Najveći broj noćenja u 2015. godini imao je Vuglec Breg sa 3 157 noćenja (43%), slijedi Hostel Poslon sa 1758 noćenja (24%), Hostel Barrock sa 821(11%) i Sobe u domaćinstvu Pod starim krovovima sa 785 noćenja(11%).

Sobe i apartman Kamenečki imali su za 7 mjeseci 596 noćenje (8%), Hostel Jedvaj imao je za 6 mjeseci 248 noćenja (3%) te slijede ostali koji su počeli kasnije s radom ili imaju zanemariv udio u broju noćenja.

Svi smještajni objekti prijavljuju svoje goste on-line prijavom, a naplata boravišne pristojbe u 2015. godini je zadovoljavajuća, odnosno nema potraživanja od smještajnih objekata.

### BROJ POSJETITELJA U 2015.GODINI



Najveći broj posjetitelja u 2015. godini bio je u Muzeju krapinskih neandertalaca, njih 76 680 što je neznatno manje nego 2014. godine.

Muzej Ljudevita Gaja posjetilo je 3 170 posjetitelja što je u porastu u odnosu na 2014. godinu, a Galerija grada Krapine bilježi 1 210 posjetitelja što je pad u odnosu na 2014. godinu iz razloga što je Galerija bila zatvorena zbog radova u ulici.

Osim muzeja i galerija i sakralni objekti na području grada - Crkva sv. Katarine i franjevački samostan, Crkva sv. Nikole i Crkva Majke Božje Jeruzalemske bilježe veliki broj posjeta.

Razna događanja i manifestacije tijekom cijele godine privlače sve veći broj posjetitelja.

## I ADMINISTRATIVNI RASHODI

**Plan: 439.219,50**

**Realizacija: 436.077,03**

### 1. RASHODI ZA RADNIKE

**Plan: 359.150,00**

**Realizacija: 359.097,92**

Turistički ured TZG Krapine obavljao je sve poslove određene Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, te programom rada i financijskim planom za 2015.godinu. U uredu rade dva profesionalca, te ovisno o mogućnostima i propisima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje i radnici na javnim radovima i stručnom osposobljavanju. Ured je radio na unapređenju sadržaja i ponude gradu Krapine: promoviranje turističke destinacije, upravljanje javnom turističkom infrastrukturom, sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora, izdavanje turističkih promotivnih materijala, obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom, prati i analizira mjere iz nadležnosti lokalne i područne samouprave u svezi s upravljanjem destinacijom. Info kućice na Hušnjakovu bilo je mjesto prodaje autohtonih suvenira i info prostori.

Zaposlenici u uredu TZG Krapine imaju potrebnu stručnu spremu i zadovoljavaju posebne uvjete koji su propisani Zakonom o turističkim zajednicama.

Radno vrijeme ureda je radnim danom od 8-15 sati, a subotom od 8-12.sati. Radno vrijeme u info kućicama prati radno vrijeme Muzeja Krapinskih neandertalaca.

#### a) Distribucija

U suradnji sedam gradova sjeverozapadne Hrvatske distribuirao se promidžbeni materijali Grada Krapine u sve urede spomenutih gradova.

Isto tako promidžbeni materijali prema potrebi distribuirala je TZ KZZ ovisno o zajedničkim nastupima na sajmovima ili na nekim drugim oblicima promidžbe. Sav promidžbeni materijal uredno se davao smještajnim objektima na području grada.

#### b) rad tijela TZ

Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te Statutom TZG Krapine propisan je rad tijela TZ. Prema spomenutim aktima Skupština se održala dva puta godišnje, Turističko Vijeće sastalo se četiri put godišnje, a Nadzorni odbor sastao se dva puta godišnje.

## 2. RASHODI UREDA

**Plan: 80.069,50**

**Realizacija: 76.979,11**

### 2.1. Naknada troškova zaposlenima

Naknade troškove zaposlenima u koje ulaze službena putovanja, naknada za prijevoz i naknade volonterima ostale su nepromijenjene u odnosu na prošlu godinu.

### 2.7. Ulaganja u imovinu

#### 2.7.1. Štednjak

Za potrebe programa kulinarskog showa u sklopu Tjedna kajkavske kulture nabavljen je štednjak kojim su se služili natjecatelji u spravljanju zagorskih štrukli i knedli od šljiva.

## II DIZAJN VRIJEDNOSTI

**Plan: 484.658,56**

**Realizacija: 484.543,52**

### 1. POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA

**Plan: 1.500,00**

**Realizacija: 1.500,00**

#### 1.1. Projekt „Krapinski pušlek“

Turistička zajednica grada Krapine, već dugi niz godina ocjenjuje okućnice, balkone, poslovne i ugostiteljske objekte te izloge na području grada Krapine.

„Krapinski pušlek“ ime je akcije kojom se nastoje građani i vlasnici objekata potaknuti na uređenje zelenilom i cvijećem, kako bi Krapina bila što ljepša turistima i posjetiteljima tijekom cijele godine, a posebno se ocjenjuje uređenost izloga i poslovnih prostora u Tjednu kajkavske kulture.

Sve običeno, imali ste prilike tijekom godine vidjeti na facebook stranici Turističke zajednice grada Krapine.

Nagrađeni su:

- obitelj Hlebec (Ulica Ivana Rendića ) –Obitelj Hlebec svoj je mali balkon u sklopu stambene zgrade pretvorila u pravu malu oazu zelenila. Balkon je lijepo i maštovito uređen, a posebno se ističe svojim šarenilom boja koje ni jednog prolaznika ne ostavljaju ravnodušnim.
- Presečki grupa d.o.o. (Ulica Frana Galovića) –u svome poslovnom okruženju njeguju drveće, grmlje i cvijeće koje u svako doba godine izgleda uredno, a osobito je to važno zbog restorana i autobusnog kolodvora koji kod dolaska ostavlja prvi pozitivan dojam na turiste.
- obitelj Šaško (Ulica Živka Vukasovića) - kod dolaska u Krapinu, pogled sam od sebe bježi udesno gdje su na uzvisini balkoni cvijeća, cvijeća i još cvijeća te zajedno s lijepo uređenom okućnicom čini impozantan prizor za sve one koji dolaze u naš grad

## 2. MANIFESTACIJE

**Plan: 403.000,00**

**Realizacija: 402.884,96**

### 2.1. Kulturno-zabavne

#### 2.1.1. Doček Nove godine

Program Dočeka Nove Godine postao je prepoznatljiv duž cijele naše regije. Tako je na ovogodišnjem Dočeku bilo preko 2000 posjetitelja koji su uživali u zabavnom programu koji su priredili članovi grupe“Mejaši“. Točno u ponoć, Novu godinu najavili su zaposlenici firme“Orion“uz prekrasan vatromet. Gradonačelnik je poželio svim okupljenim sve najbolje u nadolazećoj godini.

#### 2.1.2.Krapinske špelancije

Kao glavni cilj događanja postavlja se bogaćenje tradicije maškaranja, kao i poziv posjetiteljima grada da se uključe u to događanje. Uspostava suradnje s općinom Sveti Križ Začertje dala je pozitivne rezultate u broju maskiranih grupa kao i u broju posjetitelja.

Stvaranje pozitivnog ozračja i širenja manifestacije govori i činjenica dolazak gostiju iz susjednih županija kao i maskiranih grupa iz Ivanić grada i Ivanca. Sama koncepcija koja je osmišljena prije četiri godine pokazala se izuzetno uspješnom jer se postigao cilj, a to je da ovakav fašnik postane županijsko okupljanje maškara.

Ove godine u dva nastupa bila je izuzetno uspješna grupa iz Krapine BIP i iz Pačetine koja je i dobila glavnu nagradu od 5.000,00kn.

Pete po redu „Krapinske špelancije“ održane su u dva produljena vikenda u razdoblju od 7-15.2.2015. U suradnji s Pučkim otvorenim učilištem program se sastojao od izložbe „Maske“, promocije humorističkog lista „Zvonec“, kazališne predstave i završnica – Povorka i nastup grupa koja se održala u subotu 14.2.2015.

Suradnja s općinom Sveti Križ Začretje nastavljena je kako bi spomenut program dobio jedan širi turistički značaj kroz veći broj grupa koje su se prijavile iz susjednih gradova.

### 2.1.3. Noć krapinskog pračovjeka

Krapina je u svjetskim razmjerima poznata po nalazištu pračovjeka. Od otvorenja muzeja Krapinskih neandertalaca Krapina postaje veoma popularna destinacija, posebice u kategoriji djece i obiteljskih posjeta. Kako bi ovo vrijedno nalazište još više oplemenili i privukli još veći broj ljudi, već četvrtu godinu za redom organiziramo manifestaciju „Noć krapinskog pračovjeka“. Događanje je to od dva dana kojim započinje ljetni solsticij i kojim i u kojem imamo najdulji dan u godini. U samom programu sudjeluje niz udruga, muzej „Krapinskih neandertalaca“, te razni drugi izvođači. Konceptcija programa je napravljena na način da program započinje u popodnevnim satima kada započinju radionice za djecu, različite igre na temu pračovjeka, zabavni program. U večernjim satima počinje program za odrasle. Radionice koje bi se odrađivale ispred starog muzeja na Hušnjakovu. fotosessionu, pozirajući i fotografirajući se međusobno mobitelima.

Instalacija „Most“-voda i fotografija imaju vrlo blisku zajedničku odliku. Voda je i sama majstorica svjetloписа. Za mirnih trenutaka zrcali ona svoju okolnu ljepotu. Plutajuće fotografije upravo su njezina specifičnost. Ovim konceptom daje se skupljenoj publici da zamišlja čitav okoliš kao laboratorij u kojem nastaju i peru fotografije, koje u vodi zablistaju posebnim sjajem. Budući da je „Most“ zamišljen kao fotoperformans na različitim rijekama s različitom publikom niti jedan od njih ne može se ponoviti na isti način. Ne samo da su rijeke drukčije i mostovi različiti nego i zato što to jednokratno iskustvo ovisi o interakciji s publikom.

OPG uključili su se svojim proizvodima na bazi bobica, meda i proizvoda koji se mogu „naći“ u prirodi. Suvenirska ponuda na temu pračovjeka.

U promociji manifestacije uključene su poznate zvijezde naše estrade i to prije svega kroz žive slike .

Manifestacija počinje u vrijeme kada započinje glavna turistička sezona. Grad Krapina kao tranzitno mjesto kroz ovakav vid programa privukao je određeni postotak baš ovih turista. Kao granični grad sa Slovenijom sve više dolazi posjetitelja upravo iz susjedne države, pa je veliki broj posjetitelja došao upravo iz spomenute destinacije.

Noć krapinskog pračovjeka ove godine održana je 19-21.lipnja. Trodnevni program u koji su se uključile mnogobrojne udruge, posebice Klub alternativnih sportova koji je organizirao bogat program od paraglajdinga, noćnog uspona na Strahinjčicu, velikog krijesa, prezentacija života neandertalaca. Instalacija „Most“ kojom se jezero „Dolac“ stavilo u turističku funkciju.



Gosti iz Slovenije "Divje babe" koji su kroz žive slike zajedno s našom udrugom „Pleme špiljskog medvjeda“ prikazali život neandertalca. Gostovanje udruge „Maglen“ koji su počastili sve posjetitelje specijalitetima od gljiva. Natjecanje u spravljanju roštilja. Trekking utrka po Huš bregima. U glazbenom dijelu nastupila je grupa „Vatra“, „Rajko Suhodolčan i Podvinčani.

## 2.1.4. Ljeto u Krapini

Program Ljeto u Krapini održan je ispred Festivalske dvorane u Krapini i na prostorima Hušnjakovo. Na prostorima ispred Festivalske dvorane održane su kino projekcije i predstave, a na Hušnjakovu četiri tematske nedjelje prema slijedećem rasporedu;

1. kolovoza Ljetno kino u 21 sat ispred Festivalske dvorane POU -Ljeto za sjećanje-film.

**2. kolovoza Purgerska nedjelja** u 17 sati na Hušnjakovom uz običaje ispijanja kave koje su realizirale članice udruge Hrvatska žena uz posuđe i pravu tursku kavu iz toga vremena, druženje purgerica uz šivanje, purgerski kolači-prezentacija udruge "Hrvatska žena Krapina", Županijska udruga uzgajivača konja Krapina koja je i ove godine razveseljavala mnogobrojne posjetitelje besplatnom vožnjom u kočijama, Vinkovački orion-modna revija-Škola za umjetnost ,dizajn, grafiku i odjeću Zabok- revija koja se sastojala od pet modela koji prikazuju spoj modernog i tradiciomalnog, te radionice i pričaonice za djecu, Šareni svijet-predstava za djecu i zabavni glazbeni program: Lepi cajti.

**8. kolovoza u 21 sat** ispred Festivalske dvorane POU-Teatar Gavran-„Sladoled“, predstava koja govori o stalnoj temi sukoba među generacijama.

**9. kolovoza** - Nedjelja iz davnina uz program Petrica Kerempuh i spametni Osel“- predstava za djecu koja je bila u izvedbi mlade glumice u tkz. Marionetskom izričaju, tamburaški koncert-KUD Mihovljan, jedan od naših najnagrađivanijih tamburaških sastava koji je dao uvod u nadolazeći 50. Tjedan kajkavske kulture.

Prezentacija "Zagorske svadbe"- Muzej „Staro selo“ Kumrovec-ples Kud-A ZABOK i njihovo viđenje tradicionalne svadbe

Legenda o Čehu, Lehu, Mehu i sestri Vilini-KUD Krapine - cjelovečernja predstava koja na svojstveni način obrađuje našu najpoznatiju legendu.

Radionica za djecu

Pričaonica za djecu

Bojan Jambrošić –koncert

Zabavni program:Črleni lajbeki

## **15.kolovoza** - Ljetno kino

21 sat, ispred Festivalne dvorane POU-Batler –film

## **16.kolovoza** - Etno nedjelja

17 sati, Hušnjakovo

Krapina je možemo s pravom reći grad festivala. Taku su se na ovogodišnjem programu predstavili slijedeći festivali kroz svoje najpoznatije izvedbe i izvođače.

Krapina grad festivala - Igrajte nam mužikaši

- Pjesmom do srca
- ZGF Krijesnica
- Krapina fest
- Pjesma i tambura
- Tjedan kajkavske kulture

Izložba „starih“ instrumenata-

Bučnica - prezentacija „Hrvatska žena“ Krapina -sam proces od čišćenja buče do razvlačenja tijesta, te besplatna degustacija gotovih proizvoda.

Radionica za djecu

Pričaonica za djecu

## **21.kolovoza** ,spred Festivalne dvorane POU

21 sat-Kerekesh teatar „Krtice“

## **22.kolovoza**, ispred festivalne dvorane POU

Program Ususret 50.Festivalu kajkavske popevke

## **23.kolovoza** - Nedjelja krapinskog pračovjeka

17 sati Hušnjakovo

Udruga „Trakošćanki streljari“ - kako se koristi luk i strijela

Žive slike - Udruga „Krapinski neandertalci-pleme špiljskog medvjeda“

Udruga „Divje babe „ iz Slovenije

Milenijski roštilj - pečenje ražnjića dužine 11 metara s popratnim kulisama

Radionice za djecu

Pričaonica za djecu

Mađioničar,oslikavanje,modeliranje

Ivanin kulinarski kutak

Zabavni program: Žice krapinice

Ovo je program ovogodišnjeg Ljeta u Krapini, na kojem je bilo oko 5.000 posjetitelja.

## 2.1.5. Tjedan kajkavske kulture

Pola stoljeća kontinuiranog održavanja jamči bogat glazbeni opus Festivala kajkavskih popevki u Krapini. Od 1966. godine iz pera istaknutih autora na krapinskoj festivalskoj pozornici izlaze skladbe promičući dragu nam „domaću reč KAJ“. Posebnost ove manifestacije upravo je zastupljenost stihova autora iz cijelog kajkavskog govornog područja, kojima skladatelji udahnuju lijepe melodije, pretačući ih tako u rado nam prihvaćene skladbe. Popevke su to koje uvijek iznova volimo čuti i pjevati. Ponosni smo na cijeli niz najeminentnijih skladatelja koncertne i zabavne glazbe, tekstopisaca, aranžera, dirigenata, vokalnih solista i ansambala, koji su proteklih godina sudjelovali na Festivalu kajkavskih popevki, podarivši mu svoju ljubav i srce. Upravo to želimo i mi, ususret velikom jubileju, 50. Festivalu kajkavskih popevki, 2015. godine. Obilazak kajkavskih gradova i sredina, sa postavom festivalskih vokalnih solista i orkestra, pomno odabranog za tu prigodu, uz „štiklece“ kajkavske poezije autora iz krajeva u kojima gostujemo, budući da je nemali broj onih koji su svoje uglazbljene stihove imali na Kajkavskim popevkama u Krapini.

Ono što je posebnost ove manifestacije je kajkavska popevka koja objedinjuje sve krajeve u kojima se govori kajkavski, od Zagreba, Prigorja, Moslavine, Turopolja, Zagorja, Međimurja, Podravine, pa sve do Gorskog kotara. Kajkavsko govorno područje je veliko, isto kao i srce vokalnih solista i glazbenika, sudionika ovog projekta, koji ovaj puta žele doći u sredinu svoje publike te im podariti izvedbe antologijskih popevki, *Dobro mi došiel prijatel, Suze za zagorske brege, Na Sleme, Oko jene hiže navek ftiči lete, Popevke za ljubav...* i mnogih drugih, te u zajedničkom ozračju dočekati pedesetu obljetnicu Festivala .

Svake godine u ranu jesen započinje Tjedan kajkavske kulture koji mnoštvom priredaba i samim Festivalom veliča ono starinsko, zagorsko.

Ovogodišnji „Festival“ trajao je od 6-13. rujna. Tjedan u kojem se je moglo pogledati izložbe, posjetiti sajmove, čuti prava domaća reč.

Sve je počelo 6. rujna velikim dječjem korzom u kojem je sudjelovalo preko tisuće djece koji obučeni u zagorsku narodnu nošnju pjevaju, plešu i glume naše stare kajkavske „stvari“. Nakon toga slijedi svečano otvorenje na kojem se podiže zastava kajkavskog festivala i vijori na glavnom krapinskom trgu punih tjedan dana.

„Kaj vu duši“ je koncert koji slijedi nakon otvorenja i na kojem se izvode pjesme s cijelokupnog zagorskog područja.

Program u četvrtak, petak i subotu odvijao se u parku i na trgu Ljudevita Gaja. U programu su sudjelovale mnogobrojne udruge, tamburaške sekcije, pjevači, te je organiziran kulinarski show u kojem su se natjecali poznati pjevači i pobjednice manifestacije „Babičini kolači“ u spravljanju knedli od šljiva i zagorskih štrukli.

Posebno su bili atraktivni oldtimeri koji su predstavili svoja vozila kao i pjevače koji su nastupili na samom festivalu.

U večernjim satima organizirani su koncerti grupe „Prljavo kazalište“ i koncert Miroslava Škore.

U cijelokupnom programu bilo je oko 10 000 posjetitelja.

## 2.1.6. Dan Grada

Medeni sejem održan je 5.prosinca , na kojem se tradicionalno predstavljaju proizvođači meda i oni koji izrađuju različite proizvode koji služe kao pokloni za nadolazeće praznike. Tridesetak štandova postavljeno je u magistratskoj ulici , a u zabavnom programu nastupili su „Savski valovi“.

## 2.2.Potpore manifestacijama

### 2.1.Glumački festival u Krapini

Nakon Uskrsa grad Krapina postao je kazališni grad. Naime od 25.4.-11.5.održano je šest predstava. Prije toga TZG Krapina u suradnji s TZG Zagreba organizirala je u Klubu zagoraca u Zagrebu promociju Glumačkog festivala, kao i predstavu Balade Petrice Kerempuha.

TZG Krapina imala je na spomenutom festivalu promidžbeni štand te je organizirala stručno vodstvo za najavljene grupe posjetitelja.

## 3. Novi proizvodi

Na natječaj HTZ prijavljeni su slijedeći projekti:

### 3.1.Platno i ograde

Brendiranje je stvaranje apsolutne i autentične prepoznatljivosti usluge ili proizvoda. Stvoriti prepoznatljivost, ime, marku ili brand-znači stvoriti željeno i ciljano pozitivno poslovno ozračje za izgradnju osobne karijere ili za plasman robe ili usluge na tržište te sukladno tomu dobiti i nagradu tj.polučiti uspjeh i ostvariti željeni cilj - dobar tržišni, socijalni i materijalni status.

Prepoznatljivost postizemo upoznavanjem tržišta s onim što činimo najbolje, javnosti se predstavljamo kroz razne oblike osmišljenog i ciljanog promotivnog djelovanja.

Dostupnost znanja i promidžbenih tehnika, ali i spoznaja o važnosti promidžbe u suvremenom poslovanju danas je veća nego ikada.

Tako i brendiranje više nije samo promidžbena metoda dobrostojećih tvrtki ili pojedinaca koji su takvu promotivnu aktivnost mogu priuštiti, već metoda dostupna i nužna svakoj pa i najmanjoj tvrtci i svakom aktivnom poslovnom čovjeku.

Jedan takav vid promocije je i izrada platana za pozornicu na kojem bi se iskazali sve znamenitosti grada, te osim estetskog efekta imala i promidžbenu komponentu.

## 3.2. Slike purgerske Krapine

Krapina je bila i jest pomalo čudna, puna vješto isprepletenih suprotnosti. Prema poveljama i starim zapisima Krapina je bila trgovište. Međutim to nije spriječavalo njezine stanovnike da se ponašaju kao pravi građani, te da ga obogaćuju i izgrađuju osobit način življenja. Osnivali su kazališna, športska, tamburaška, vatrogasna i još kojekakva društva, aktivno se uključivali u njihov rad, a o postignutim uspjesima svjedoče nam brojne fotografije, pisana dokumentacija i vrlo živa usmena predaja.

Obrtništvo je bilo određeno zrcalo potrebe društva. Krapinski bačvari, stolari, draguljari, tesari, klesari samo su neki od obrta koji su bili aktualni u to vrijeme.

Kako bi što zornije prikazali kronologiju i način života krapinskih građana s kraja 19. stoljeća i početka 20. stoljeća napravili bi male purgerske kućice u kojima bi se zorno prikazivao neki od spomenutih obrta, kao i način ophođenja i življenja tadašnjeg građanstva (krapinskih purgera).

Spomenut ćemo krojače ili kako se to onda popularno zvalo „šnajdere“ koji su u svojem radu koristili glačala. Popularne „Singerce“ na kojima su bili polaznici krojačkih majstorskih tečajeva, još i danas su sačuvane. Pegla - ona se razlikovala od današnje po korištenju energije kojom se zagrijava. Nekada se pegla zagrijavała žeravicom ili „na žerjavku“. U nju se stavljao užaren ugljen koji je još dijelom gorio, kako bi temperatura bila viša i kako bi pegla bila dulje topla.

Osim šivanja trebalo je i održavati odjeću. „Veš“ kako su rublje nazivali u Krapini, prao se gotovo cijeli tjedan. Ponedjeljkom se počinjalo, a srijedom završavalo s pranjem, ali je tada trebalo rublje i izglacati. U ranim jutarnjim satima određenog dana, najčešće ponedjeljkom, dolazila je posebno unajmljena žena i počela s pranjem. „Mašina za veš“ tzv. rifljača bila je neophodna jer se svaki komad odjeće morao trljati preko ove metalne, a prije pedesetak godina drvene, izbrazdane plohe.

Pred kraj prve polovice 19. stoljeća u Krapini je prisutan zamah gospodarskog razvoja - oko 1830. godine pokrenut je rad lončarsko pećarske radionice. Krapinska kamenina bila je među poznatijim djelatnostima kojima su se bavili krapinski obrtnici. Izrada bilikuma, srahljivca i krapinskog suca još i danas egzistira u tragovima.

Otprilike u isto vrijeme ljekarnik Ivan Gaj podiže prvi botanički vrt oko svoje kuće u današnjoj Gajevoj ulici te počinje s uzgojem ljekovitog bilja i bilja od kojega proprema poznate vrste čajeva, a koje je krapinski puk prihvatio.

## 3.3. Krapinski pračovjek – prvi europski kuhar

Fenomen Krapinskog pračovjeka sa pozicije turističke atrakcije, dakle turističkog tržišnog proizvoda, do sada je korišten kroz prizmu povijesne činjenice – prvenstveno putem izvrsno uređenog muzeja i arheološkog nalazišta, dok se tematski pojavljivao unutar akcija grada i županije koje su pokrivale razne aspekte društvenog i kulturnog života kao što su likovne radionice, glazbena događanja, tematske izložbe i prezentacije...

TZG Krapina zajedno s udrugom Gastronomadi koja već dugi niz godina uspješno aktivno sudjeluje u izradi, pripremi, edukaciji i praktičnoj provedbi dijelova ili cjelina razvoja ugostiteljstva i turističkih aktivnosti baziranih na gastro-eno ponudama u raznim dijelovima

# TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA KRAPINE

---

Hrvatske, ovim putem predložiti bi određeni zamašnjak koji bi, po našem uvjerenju, imao uporište u ideji brendiranja prapovijesne gastronomske priče.

Naše teze su pragmatične – procjena infrastrukture, marketinške činjenice, snaga regije u smislu lokacije, ukupni turistički potencijal, te čvrsto uporište u zadanoj temi komparirana sa turističkim trendovima Europe.

Stoga nastojimo realno razrađivati projekt ovog tipa koristeći pozitivnu praksu stečenu na terenu i u stvarnom životu i tržišnim okolnostima. Predlažemo i okvir pravca razvoja na kojem bi se u nadolazećim godinama stvarao čvrst turistički brend sa širim aspektom primjene – dakle danas na samo jedan dan na jednoj manifestaciji i na jednoj lokaciji, a u nadolazećem periodu već kroz cijelu godinu, na više lokacija u okviru šire gastronomske priče Krapine i krapinskog kraja.

Lokacija Krapine, a time i priče o krapinskom pračovjeku-neandertalcu, neupitno se nalazi na jednoj od najfrekventnijih turističkih točaka u zemlji. Jedan od najvažnijih cestovnih pravaca prolazi gotovo kroz samo srce grada, turistički dinamična tržišta Slovenije i Austrije su vrlo blizu, kao i glavni grad Hrvatske.

Dodatno, a po uzoru na mnoge gradove u EU koji su prepoznali značaj mikrobrenda za postizanje svjetske turističke slave, prvi i osnovni uvjet za dugoročni razvoj ovog programa je prihvaćanje moguće egide „Krapina – grad prapovijesti čovječanstva“.

Tako bi manifestacija „Noć krapinskog pračovjeka“, a koja sada promiče upravo tu i takvu ideju, trebala postati svojevrsni „Dan D“ cijelogodišnje promocije i šire turističke slike. U ovom slučaju – gastronomske.

Projekt započinjemo nekim činjeničnim, ali i marketinškim tezama. Prva od njih je logični zaključak da je kuharstvo nastalo onoga trenutka kada se hrana počela termički obrađivati, dakle prije nekoliko milijuna godina kada je vatra ušla u život praljudi. Kako je tako davna prapovijest još uvijek u pretpostavkama, a ne u konkretnijim nalazima, „mladi“ neandertalac lako se može podvući pod egidu da je dokazano kuharstvo postojalo u njegovom periodu života – dakle prije stotinjak tisuća godina.

Druga je, do sada poznata ili pretpostavljena teza, da su neandertalcima (za razliku od homo sapiensa) osnovu prehrane činili meso, a nešto rjeđe i šumski plodovi ili riba. Homo sapiens – umni čovjek, svoju je prehranu imao u puno širem kontekstu. Dakle osnova prehrane neandertalaca su bile životinje – prema nekim istraživanjima pretežito divljač kao što su jelen, srna, medvjed.

Treća je pretpostavka pripreme – jednostavna oruđa (kameni noževi, sjekire), pretpostavljene grijaće ploče (kamene ploče), te pribor za pripremu (drveni štapovi) - jedini su alati koji su bili na raspolaganju.

Ta tri elementa potrebno je uklopiti u današnjicu – vrijeme koje ipak u širem gastronomskom kontekstu u svojoj prehrani i dalje uživa u mesu s roštilja.

Ukupan zaključak spojili bi u gastronomski performans koji bi educirao, zabavio i ujedno brendirao jednu snažnu kuharsku tehniku – pripremu jela na vatri.

## SUŠTINA PROJEKTA:

Kratkoročno;

Potrebno je postaviti scenografski kamp kuhara-neandertalaca koji bi pripremili veliko ložište te na njemu pripremali meso. Obzirom da se radi o velikoj manifestaciji sa većim brojem ljudi, a vezano za meso koje bi povezivalo povijest, na ložištu bi se pekao vol na drvenom ražnju (težina oko 1 tone), a na obodima ložišta veći komadi mesa divljači i goveda (cijela srna, jelenji butovi, govedski odresci T-bone)...

Tako bi uz vrlo atraktivnu scenu sa nekoliko velikih ložišta ujedno pripremili i mesnih obroka za 2.000 do 3.000 osoba.

Programski bi tim Gastronomada organizirao tim kuhara i animatora te stručnih moderatora (primjerice kolega Mario Petreković je također član naše Udruge i vjerovatno bi bio dio našeg promotivnog tima za ovu akciju), a koji bi cjelodnevnom i večernjim programom osim ugošćavanja i prezentacije manifestacije „praiskonskog hrvatskog roštilja“, ujedno i educirali kolege ugostitelje iz grada Krapine i regije, kao i posjetitelje, o svim stručnim aspektima pravila pripreme zahtjevnih roštilja sa zahtjevnim namirnicama (tehnički gledano za pečenje velikog vola na ražnju, kao i divljači na ražnju, potrebno je znanje i iskustvo koje bi prenosili svim zainteresiranima).

Dugoročno;

Ovakav oblik pripreme roštilja rijetko je poznat. Roštilji se u ugostiteljskom smislu ne brendiraju na pravilan način – primjerice u Hrvatskoj tradicionalni gastronomski fenomen janjetine ili odojka sa ražnja nije prepoznat na pravilan marketinški način i nitko ga do sada nije brendirao kao gastronomsku priču - vrlo isplativu na turističkom tržištu.

Mišljenja smo da tijekom pripreme i provedbe zainteresiranim ugostiteljima možemo ponuditi i edukaciju i proširenje djelatnosti upravo u pravcu pripreme roštilja sa zahtjevnim mesima na otvorenom plamenu.

Europski pravi primjer uspjeha tako brendiranih delicija je Toskana odn. Firenca u koju svake godine dolaze milijuni turista sa jedinstvenom željom da uživaju u specijalitetu „bisteca fiorentina“, a koji je u stvari govedski odrezak slabine veličine oko 1 kg, koji se jednostavno priprema na roštilju uz poznavanje tehnike zrenja mesa u kombinaciji sa poznavanjem i razumijevanjem termike vatre i žara.

Uvođenje ovakvih specijaliteta na gastro lokacije u Krapini i okolici grada „živi brend“, stvaraju nove i kvalitetne goste, šire i jačaju turističku ponudu – a po našem mišljenju to je i glavni cilj ovakvih projekata.

Brendovi koji postoje sami zbog sebe, ne pronadju tržišno uporište, te su samo fenomenološka vrijednost, nemaju poseban tržišni smisao i nemaju budućnost opstanka i razvoja.

### **3.4. Scenografija milenijuskog roštilja**

Grad Krapina svjetski je poznat po nalazištu pračovjeka. U sklopu toga nastoji se biti prepoznatljiv na turističkom tržištu i to kroz različite segmente turističkog proizvoda. Vođeni tom idejom nastojimo i gastro ponudu kao jedan od značajnih komponenta turističkog proizvoda osmisliti i prezentirati na jedinstven i originalan način. Pračovjek i njegova prehrana

# TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA KRAPINE

---

sastojala se uglavnom od onoga što se pronašlo u prirodi. Tako se njegov jelovnik sastojao od mesa i bobičastih proizvoda. Upravo ta činjenica dovela nas na ideju kao Krapine početka kulunarstva (upotreba vatre, odnosno termička obrada) i roštilja kao zaštitnog znaka.

Da bi to bilo što uvjerljivije potrebna nam je scenografija, koja će na originalan način prikazati sam prostor u kojem je obitavao pračovjek. Za taj dio ponudu su nam dali studenti Likovne umjetnosti iz Zagreba s profesorom Dankom Friščićem. Upotreba prirodnih materijala kod izrade pećine i 3D prikaz samog ambijenta.

### **3.5. Vizualni identitet "Tjedan kajkavske kulture"**

Škola za umjetnost, dizajn, grafiku i odjeću Zabok odazvala se na Javni poziv srednjim strukovnim školama za jačanje kompetencija strukovnih zanimanja kroz izradu projekata za turizam. Projekt je apliciran u suradnji s TZG Krapine koja je kroz sve ulazne parametre objasnila značaj i kontinuitet Festivala kajkavskih popevki. Vizual se koristio u svim marketiškim aktivnostima TKK kao i izradu suvenira vezanih uz spomenutu temu.

## **III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

**Plan: 180.860,00**

**Realizacija: 181.005,00**

### **1. ON LINE KOMUNIKACIJE**

**Plan: 1.710,00**

**Realizacija: 1.600,00**

#### **1.1. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama**

Internet stranice potrebno je konstantno ažurirati i prilagođavati tržištu. Uz internet stranicu vodi se i stalna interakcija putem naše službene facebook stranice.



## **2. Off line komunikacije**

### **2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**

TZG Krapina u sklopu kampanje za udruženo oglašavanje koju provodi HTZ prijavila je dva modela oglašavanja. Naime, prijavila je samostalno oglašavanje kroz radijska emitiranje za sva događanja koja organizira ured. Odobrena su nam sredstva za kampanju s Radio Kaj i oglašavanje putem plakata. Druga «linija» prijavljena je u suradnji s TZ KZZ. U sklopu toga dogovoreni su jumbo plakati po Zagrebu za manifestacije «Ljeto u Krapini» i «Tjedan kajkavske kulture». Isto tako za spomenute manifestacije dogovorene su najave na radio postajama i televiziji.

Sudjelovanje u emisiji radio „Sljemena“ koja je govorila o Krapini kao jednom interesantnom kulturno turističkom gradiću.

### **2.2. Opće oglašavanje**

U sklopu tog oglašavanja ugovorena je «stranica» prostora kroz cijelu godinu u «Glasu Zagorja».

### **2.4. Suvenir i promo materijali**

Naši autohtoni suvenir koji su davani uglavnom u promidžbene svrhe novinarima.

### **2.5. Info tabla**

Na ulazu u grad napravljena je na jumbo prostoru veličine 4x3 m ploča dobrodošlice, koja će se mijenjati nekoliko puta godišnje.

## **IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

**Plan. 7.600,00**

**Realizacija: 7.445,08**

### **1. 2., 3. SAJMOVI, STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I POSEBNE PREZENTACIJE**

Zakonom i Statutom TZG Krapine obavezna je sudjelovati u prezentacijama sustava TZ Županije. Sudjelovali smo na jednoj takvoj prezentaciji u Bologni i Splitu. Isto tako sudjelovali smo sa «Purgericama» na prezentaciji naše Županije u Rijeci.

# TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA KRAPINE

---

Grad Krapina s općinom Cerkno potpisao je ugovor o međusobnoj suradnji. Na temelju tog sporazuma došla je delegacija iz Cerna koja je bila sudionik 50. Tjedna kajkavske kulture.

Grad Krapina bio je jedan je od partnera u projektu Europska prijestolnica kulture 2020. TZG Krapine sudjelovala je prijedlozima u definiranju aplikacije.

Predstavništvo HTZ iz Moskve sa svojim novinarima posjetilo je grad Krapinu. Posjetili su sve znamenitosti grada koje će ući u brošure turističke ponude ruskog tržišta.

## V INTERNI MARKETING

**Plan: 471,00**

**Realizacija: 471,00**

### Edukacija

Informacijski sustav za prijavu i odjavu turista je jedinstveni informacijski sustav koji funkcionalno povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj, a biti će dostupan putem Interneta bez potrebe za posebnim instaliranjem na računalo. Putem navedenog sustava povezat će se i međusobno dijeliti osnovne turističke informacije svih turističkih zajednica te oko 60.000 pružatelja usluga smještaja, a pojedina turistička zajednica imat će uvid u sve prikupljene podatke o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima kao i kretanjima turista na svom području. Za uporabu navedenog informacijskog sustava dovoljan je Internet preglednik i Internet veza, a krajnji korisnici iz sigurnosnih će razloga dobiti posebne lozinke za pristup sustavu čime se prikupljanje i obrada podataka iz djelokruga rada turističkih zajednica usklađuje s propisima o zaštiti osobnih podataka.

Ovako je postavljene zakonitosti oko novog sustava praćenja gostiju, a na samoj edukaciji održanoj u Tuhlju i Zagrebu sudjelovao je i ured TZG Krapine. Naime na području grada Krapine ima 11 smještajnih objekata koji su svi upisan u novi sustav e-visitor i koji svoje podatke unašaju u spomenuti sustav.

## VI TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU

**Plan: 4.800,00**

**Realizacija: 4.624,29**

Sukladno odredbama Zakona o boravišnoj pristojbi, Gradu Krapini pripada iznos od 30% uplaćene boravišne pristojbe koji se mora upotrijebiti za poboljšanje uvjeta boravka turista u gradu. U cilju toga, za 2015.godinu s Gradom Krapina potpisan je program korištenja uplaćenih sredstava boravišne pristojbe za nabavu urbane opreme.

# TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA KRAPINE

## VII FINANCIJSKO IZVJEŠĆE ZA 2015.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	KONAČAN PLAN 2015.	OSTVARENO 2015.	INDEKS OSTV 2015 PLAN 2015	STRUK-TURA %
<b>1.</b>	<b>PRODAJA ROBE I PRUŽANJE USLUGA</b>	<b>48.500,00</b>	<b>48.292,16</b>	<b>99</b>	<b>4,30</b>
1.1.	PRODAJA SUVENIRA	39.000,00	38.792,16	99	80
1.2.	PRUŽANJE USLUGA	9.500,00	9.500,00	100	20
<b>2.</b>	<b>TURISTIČKA ČLANARINA</b>	<b>250.000,00</b>	<b>249.137,34</b>	<b>99</b>	<b>23</b>
<b>3.</b>	<b>BORAVIŠNA PRISTOJBA</b>	<b>16.000,00</b>	<b>15.414,30</b>	<b>96</b>	<b>1,5</b>
<b>4.</b>	<b>PRIHODI OD IMOVINE</b>	<b>4.900,00</b>	<b>4.879,95</b>	<b>99</b>	<b>0,5</b>
4.1.	OD FINANCIJSKE IMOVINE	100,00	47,43	47	1
4.2.	OD IZNAJMLJIVANJA IMOVINE	4.800,00	4.832,52	100	99
<b>5.</b>	<b>PRORAČUN GRADA, ŽUP., DRŽAVE</b>	<b>509.500,00</b>	<b>509.500,00</b>	<b>100</b>	<b>46</b>
<b>5.1.</b>	<b>PRORAČUN GRADA</b>	<b>509.500,00</b>	<b>509.500,00</b>	<b>100</b>	<b>46</b>
5.1.1.	PROGRAMSKA AKTIVNOST	419.500,00	419.500,00	100	82
5.1.2.	FUNKCIONIRANJE TURIST. UREDA	90.000,00	90.000,00	100	18
<b>5.2.</b>	<b>PRORAČUN ŽUPANIJE</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		
<b>5.3.</b>	<b>PRORAČUN DRŽAVE</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		
<b>6.</b>	<b>PRIJENOS IZ PRETHODNE GODINE</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		
<b>7.</b>	<b>INOZEMNE VLADE I MEĐ.ORG.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		
<b>8.</b>	<b>TRG. DRUŠTVA I OST. PRAVNE OSOBE</b>	<b>20.000,00</b>	<b>20.000,00</b>	<b>100</b>	<b>2,20</b>
<b>9.</b>	<b>OSTALI PRIHODI</b>	<b>257.063,52</b>	<b>257.061,53</b>	<b>100</b>	<b>23</b>
9.1.	HZZZ – MJERE	52.450,00	52.448,01	99	20
9.2.	HTZ PROJEKTI	204.613,52	204.613,52	100	80
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>1.105.963,52</b>	<b>1.104.285,28</b>	<b>99</b>	
RB	RASHODI PO VRSTAMA				
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>439.219,50</b>	<b>436.077,03</b>	<b>99</b>	<b>39,20</b>
<b>1.</b>	<b>RASHODI ZA RADNIKE</b>	<b>359.150,00</b>	<b>359.097,92</b>	<b>99</b>	<b>82</b>
1.1.	NETO PLAĆE	213.400,00	213.365,04	99	59,50
1.2.	DOPRINOSI IZ PLAĆA I POREZI	87.750,00	87.742,44	99	24,50
1.3.	DAROV I ZA DJECU	1.200,00	1.200,00	100	
1.4.	DAROV I ZAPOSLENIMA	5.000,00	5.000,00	100	1,5
1.5.	DOPRINOSI NA PLAĆE	51.800,00	51.790,44	99	14,5
<b>2.</b>	<b>RASHODI UREDA</b>	<b>80.069,50</b>	<b>76.979,11</b>	<b>96</b>	<b>18</b>
<b>2.1.</b>	<b>NAKNADE TROŠKOVA ZAPOSLENIMA</b>	<b>21.400,00</b>	<b>21.913,73</b>	<b>102</b>	<b>28,5</b>
2.1.1.	SLUŽBENA PUTOVANJA	3.400,00	3.346,50	98	15
2.1.2.	NAKNADE ZA PRIJEVOZ	12.600,00	12.684,00	100	58
2.1.3.	STRUČNO OSPOSOBLJAVANJE	5.400,00	5.883,23	108	27
<b>2.2.</b>	<b>RASHODI ZA USLUGE</b>	<b>21.760,00</b>	<b>21.028,18</b>	<b>96</b>	<b>27,30</b>
2.2.1.	TELEFON I Internet	14.000,00	13.794,24	98	66
2.2.2.	POŠTARINA	700,00	673,35	96	3
2.2.3.	TEKUĆE I INVEST. ODRŽAVANJE	1.060,00	1.059,25	99	5
2.2.4.	KOMUNALNE USLUGE	2.000,00	1.959,24	97	9
2.2.5.	ZAKUPNINE I NAJAMNINE	0,00	0,00		

## TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA KRAPINE

	OPREMA, JAVNA POVRŠINA				
2.2.6.	INTELEKTUALNE I OST. USLUGE	0,00	0,00		
2.2.7.	OSTALE USLUGE	4.000,00	3.542,10	88	17
<b>2.3.</b>	<b>RASHODI ZA MATERIJAL I ENERGIJU</b>	<b>23.200,00</b>	<b>21.078,79</b>	<b>90</b>	<b>27,4</b>
2.3.1.	UREDSKI MATERIJAL	3.000,00	2.871,50	95	13,5
2.3.2.	MATER. ZA ČIŠĆ. I ODRŽAVANJE	300,00	325,66	108	1,5
2.3.3.	NABAVNA VRIJEDN. SUVENIRA	10.400,00	9.297,18	84	44
2.3.4.	OSTALI MATERIJALNI RASHODI	1.500,00	1.082,88	72	5
2.3.5.	ENERGIJA	8.000,00	7.501,57	93	36
2.3.6.	SITNI INVENTAR	0,00	0,00		
<b>2.4.</b>	<b>OSTALI RASHODI</b>	<b>2.190,00</b>	<b>2.051,57</b>	<b>93</b>	<b>2,7</b>
2.4.1.	REPREZENTACIJA	1.500,00	1.361,57	90	66
2.4.2.	KOTIZACIJE	690,00	690,00	100	34
<b>2.5.</b>	<b>FINANCIJSKI RASHODI</b>	<b>8.400,00</b>	<b>8.676,34</b>	<b>103</b>	<b>11,3</b>
2.5.1.	BANKARSKE USL. I PLATNI PROMET	8.400,00	8.674,14	103	100
2.5.2.	OST.NESP.FINANC.RASHODI	0,00	2,20		
<b>2.6.</b>	<b>OSTALI RASHODI</b>	<b>1.000,00</b>	<b>111,00</b>	<b>1</b>	
<b>2.7.</b>	<b>ULAGANJA U IMOVINU</b>	<b>2.119,50</b>	<b>2.119,50</b>	<b>100</b>	<b>2,80</b>
2.7.1.	ŠTEDNJAK	2.119,50	2.119,50	100	100
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>484.658,56</b>	<b>484.543,52</b>	<b>99</b>	<b>43,50</b>
<b>1.</b>	<b>POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>100</b>	<b>0,30</b>
1.1.	PROJEKT KRAPINSKI PUŠLEK	1.500,00	1.500,00	100	100
<b>2.</b>	<b>MANIFESTACIJE</b>	<b>403.000,00</b>	<b>402.884,96</b>	<b>99</b>	<b>83,10</b>
2.1.	KULTURNO-ZABAVNE	382.800,00	382.695,96	99	95
2.1.1.	DOČEK NOVE GODINE	80.000,00	80.163,09	100	21
2.1.2.	KRAPINSKE ŠPELANCIJE	19.600,00	19.523,00	99	5
2.1.3.	NOĆ KRAPINSKOG PRAČOVJEKA	47.000,00	46.932,30	99	12
2.1.4.	LJETO U KRAPINI	55.200,00	55.181,60	99	15
2.1.5.	TJEDAN KAJKAVSKE KULTURE	181.000,00	180.895,97	99	47
2.1.6.	DAN GRADA	0,00	0,00		
2.2.	POTPORE MANIFESTAC./OSTALE: GFUK	20.200,00	20.189,00		5
<b>3.</b>	<b>NOVI PROIZVODI</b>	<b>80.158,56</b>	<b>80.158,56</b>	<b>100</b>	<b>16,60</b>
3.1.	INSTALACIJA MOST	0,00			
3.2.	PURGERSKI OBRTI	0,00			
3.3.	FORMA PRIMA	0,00			
3.4.	MIL.ROŠTIJ	80.158,56	80.158,56	100	
<b>III</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>180.860,00</b>	<b>181.005,00</b>	<b>100</b>	<b>16,20</b>
<b>1.</b>	<b>ONLINE KOMUNIKACIJE</b>	<b>1.710,00</b>	<b>1.600,00</b>	<b>93</b>	<b>0,9</b>
1.1.	Internet STRANICE I UPRAVLJANJE Internet STRANICAMA	1.710,00	1.600,00	93	
<b>2.</b>	<b>OFFLINE KOMUNIKACIJE</b>	<b>179.150,00</b>	<b>179.405,00</b>	<b>100</b>	<b>99,10</b>
2.1.	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA	170.800,00	170.800,00	100	95
2.1.1.	RADIO	145.200,00	145.200,00	100	85
2.1.2.	PLAKATIRANJE	25.600,00	25.600,00	100	15
2.2.	OPĆE OGLAŠAVANJE	7.750,00	8.000,00	103	4,7
2.3.	BROŠURE I OST. TISKANI MATERIJALI	0,00			
2.4.	SUVENIRI I PROMO MATERIJALI	600,00	605,00	100	0,3
2.5.	INFO TABLE	0,00	0,00		
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>7.600,00</b>	<b>7.445,08</b>	<b>97</b>	<b>0,7</b>
<b>1.</b>	<b>SAJMOVI</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.354,08</b>	<b>99</b>	<b>72</b>

## TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA KRAPINE

2.	STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA	546,00	546,00	100	7
3.	POSEBNE PREZENTACIJE	1.600,00	1.545,00	96	21
V.	INTERNI MARKETING	471,00	471,00	100	
1.	EDUKACIJA	471,00	471,00	100	
VI.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	4.800,00	4.624,29	96	0,4
	SVEUKUPNO RASHODI	1.117.609,06	1.114.165,92	99	
	VIŠAK RASHODA 2014.	112.084,22	112.084,22	98	
	VIŠAK RASHODA 2015.		9.880,64		
	UKUPNO VIŠAK RASHODA	123.729,76	121.964,86		
	RASHODI	1.241.338,82	1.236.130,78	99	

### Napomena:

Financijsko izvješće TZG Krapine za 2015.godinu napravljeno je sukladno propisanom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) te se ovo izvješće razlikuje od godišnjeg financijskog izvješća propisanog Zakona o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija.

Predsjednik:  
Zoran Gregurović

