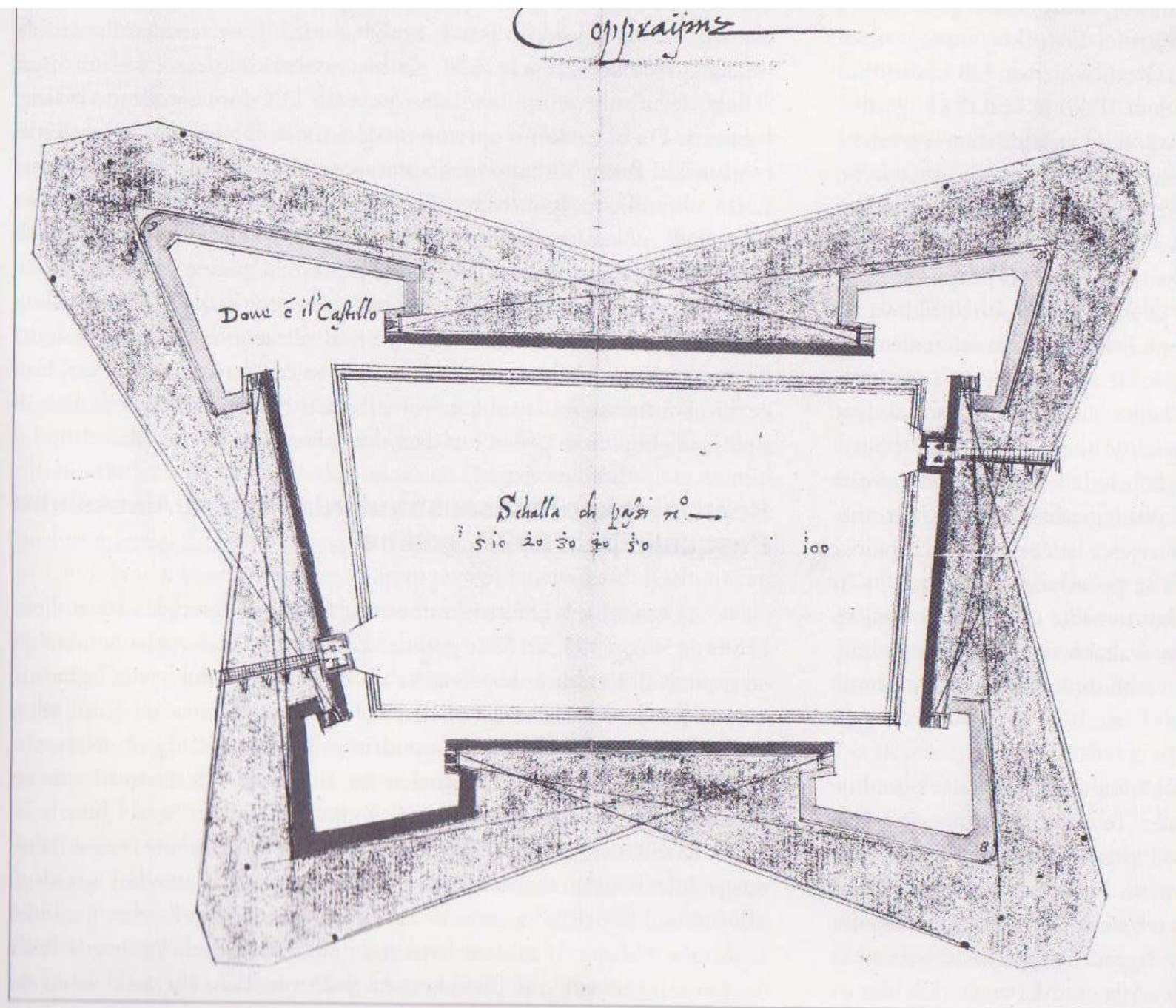


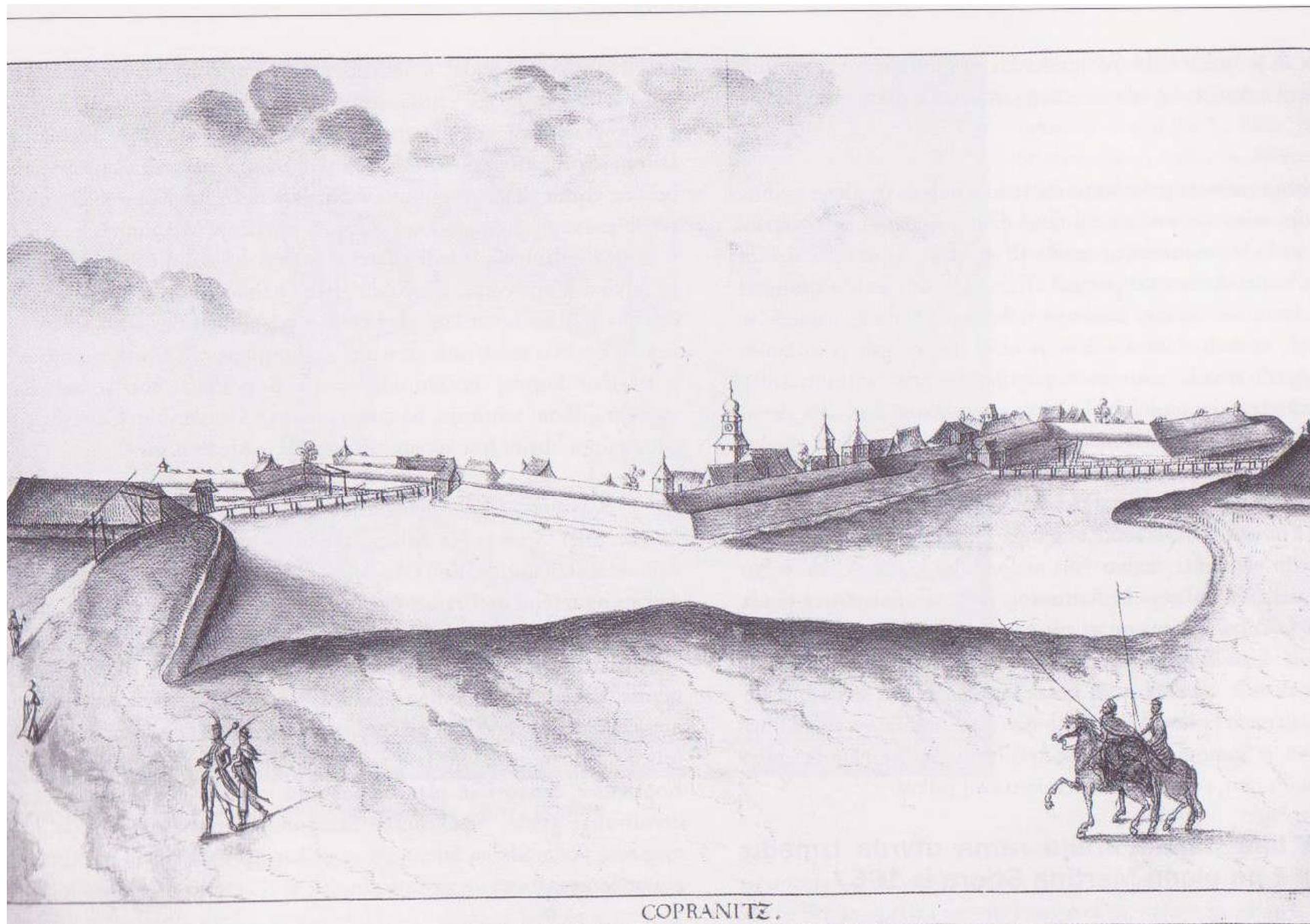
Renesansni festival – gospodarska valorizacija povijesti i geografije

Renesansni festival
TOP – manifestacija Hrvatske





Izgradnja novih utvrda na planu Josepha Vintana iz 1582. godine



COPRANITZ.

Eduta Koprivnice Johanna Ledentua iz 1639. godine

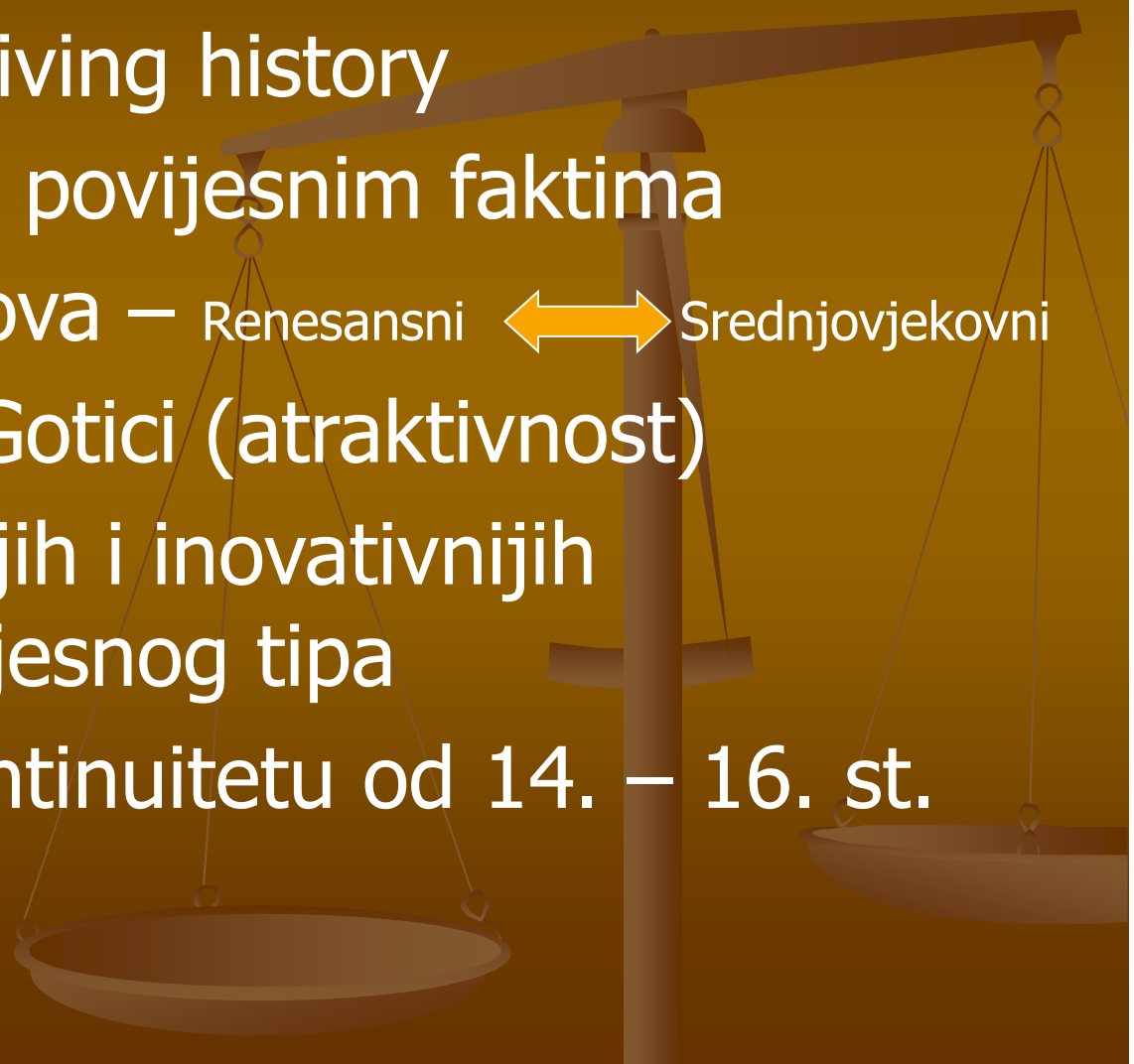




- problem – kako transformirati prostorna i povijesna znanja i fakte u materijalnu formu s ekonomskom svrhovitošću



- rješenje
- kulturni turizam - povijesna tematika
 - living history
- priča se temelji na povijesnim faktima
- problematika naslova — Renesansni ↔ Srednjovjekovni
- inklinacija prema Gotici (atraktivnost)
- jedna od najvjernijih i inovativnijih manifestacija povijesnog tipa
- prikaz fakata u kontinuitetu od 14. – 16. st.

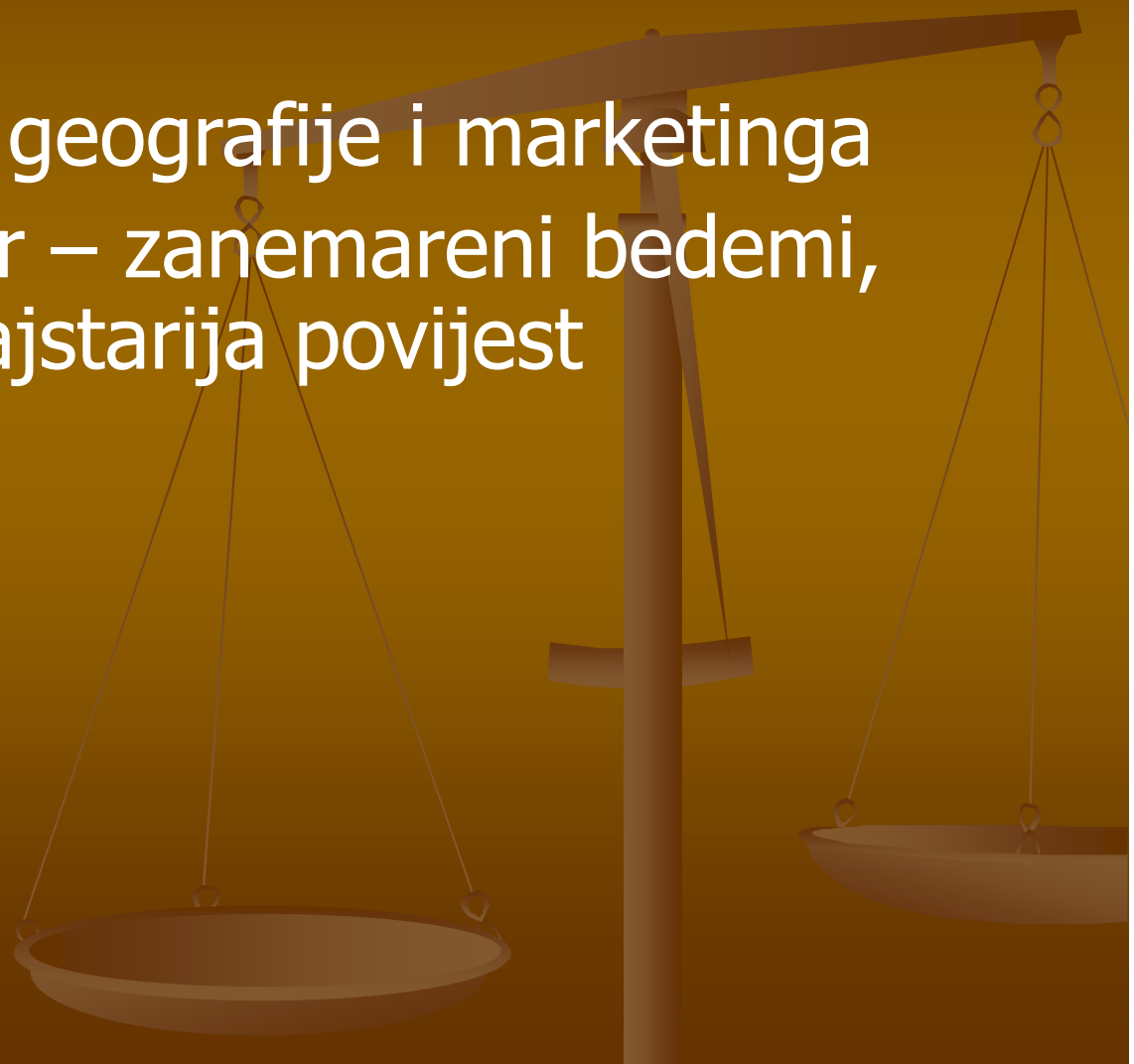


by drvić



1. Ideja

- Dječaćki snovi
- Studij povijesti, geografije i marketinga
- Povijesni prostor – zanemareni bedemi, neiskorištena najstarija povijest
- Trendovi
- Benchmarking



Provins



Italija



Višegrad





Slovenija



Burghausen



- Najveća manifestacija na svijetu tog tipa je Kaltenberg

- 1 vikend cca. 40 000 – 50 000 ljudi
- 3 – 4 vikenda u srpnju
- Cijena ulaznice u prosjeku 250,00 kn

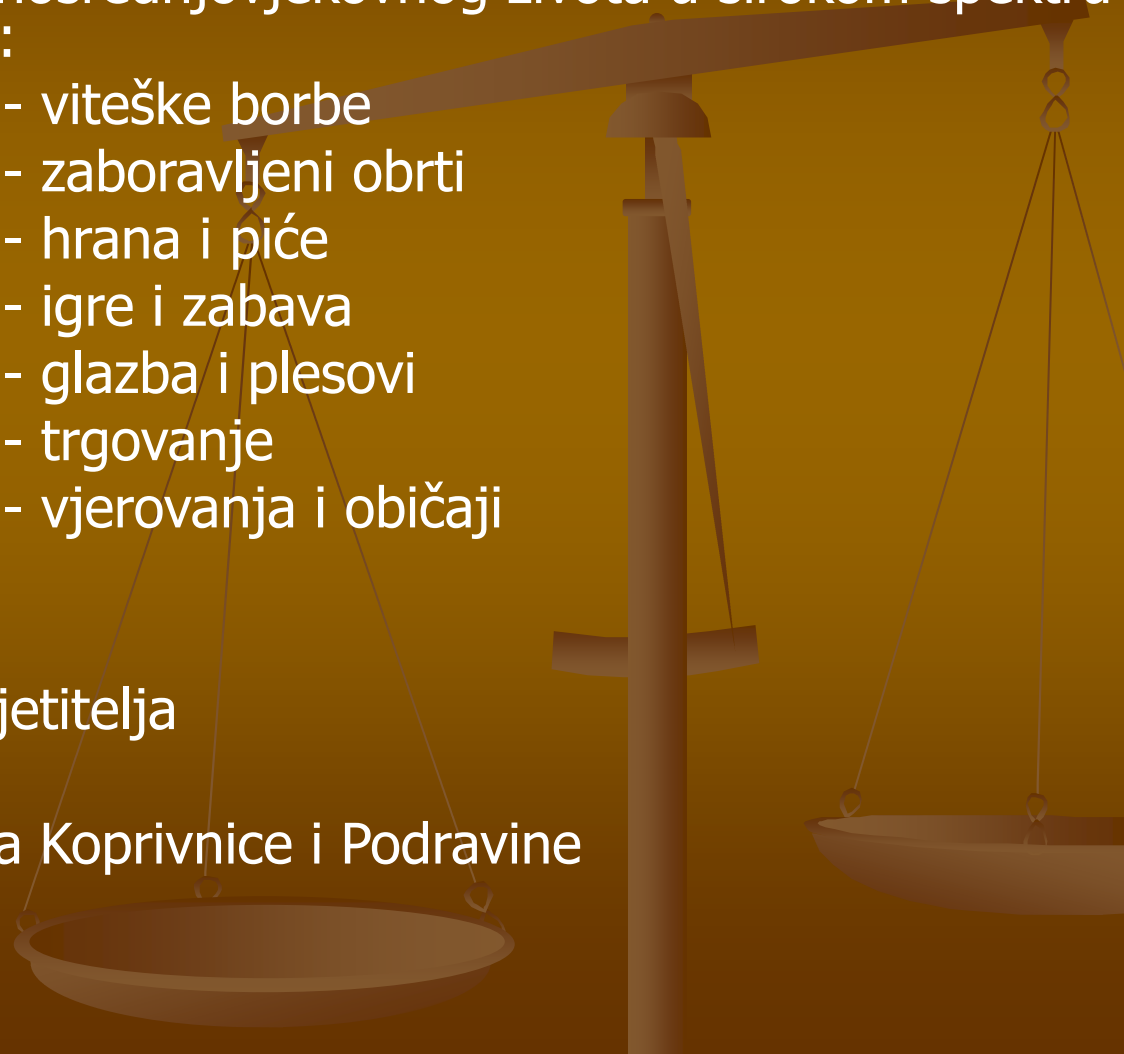


RITTERTURNIER



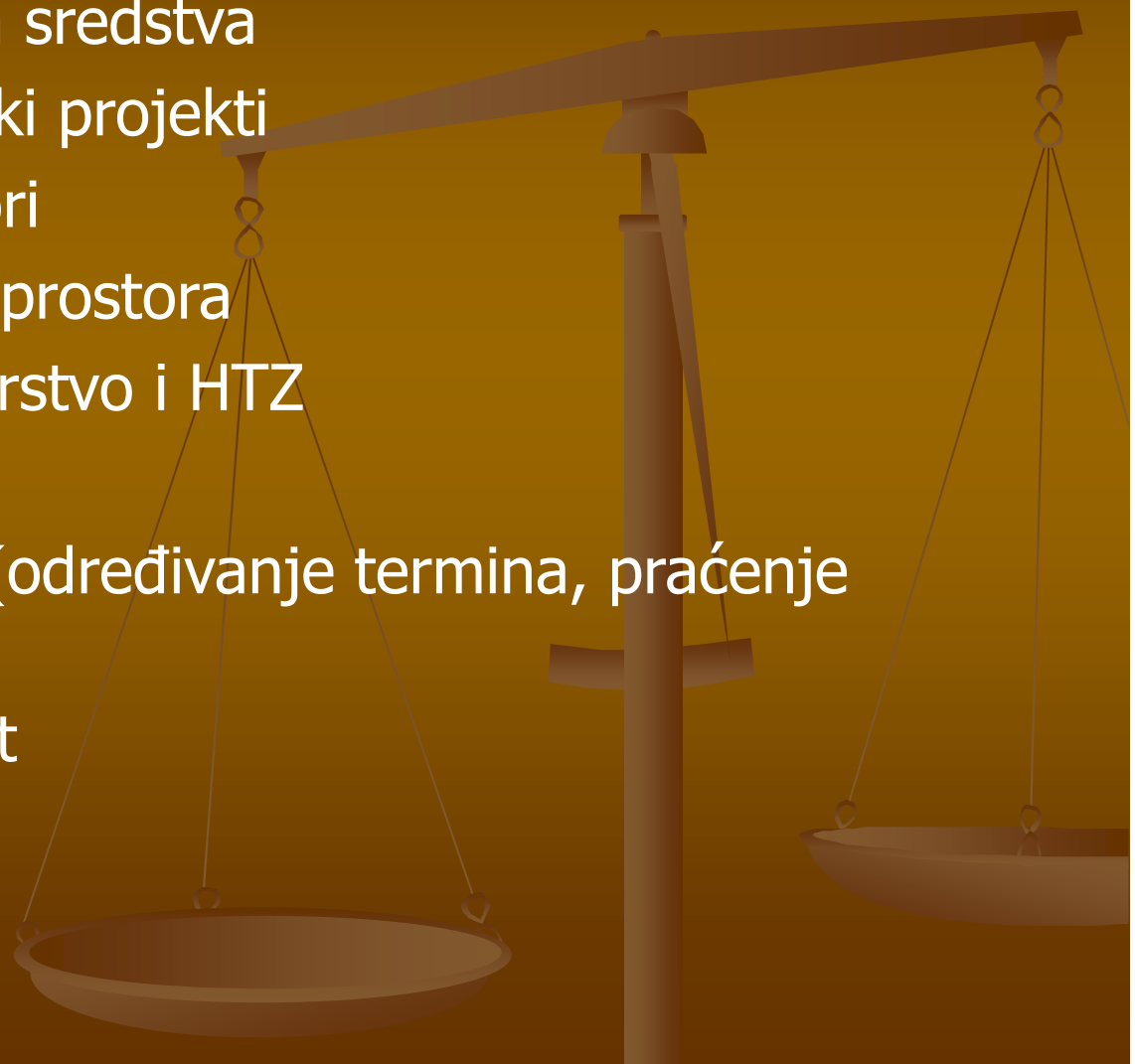
Misija Renesansnog festivala

- što realnije dočaravanje kasnosrednjovjekovnog života u širokom spektru njegovih relevantnih faktora:
 - viteške borbe
 - zaboravljeni obrti
 - hrana i piće
 - igre i zabava
 - glazba i plesovi
 - trgovanje
 - vjerovanja i običaji
- zadovoljstvo i edukacija posjetitelja
- interaktivnost sadržaja
- razvoj turizma-gospodarstva Koprivnice i Podravine



2. Planiranje

- Financije:
 - Vlastita sredstva
 - Europski projekti
 - Sponzori
 - Najam prostora
 - Ministarstvo i HTZ
- Ljudski potencijal
- Meteorološki aspekt (određivanje termina, praćenje prognoze)
- Konzervatorski aspekt
- Glavne teme



3. Organizacija (management)

- Ljudski resursi – organizacijski tim
- Sudionici – 1000 → 11 europskih država
- Alati, oružje, kostimi, štandovi i šatori
- Izgradnja privremenih objekata (kule, mostovi, stepeništa, nastambe i dr.)
- Korištenje ekoloških materijala i isključivanja (zabrana) plastike i modernih materijala, mobitela, satova
- Životinje
- TOP manifestacija s najraznolikijim sadržajem
- TOP manifestacija s najkompleksnijom organizacijom





Renesansni festival



Koprivnica

TURISTIČKA ZAJEDNICA

P

P

- | | |
|--------------|----------------------|
| 1 ULAZ | 6 VITEŠKI TURNIR |
| 2 WC | 7 SAJAM |
| 3 INFO PULT | 8 DOMAĆE ŽIVOTINJE |
| 4 PRVA POMOĆ | 9 DJEČJE IGRADNICE |
| 5 KRČMA | 10 STRELIČARSTVO |
| | 11 PIVARNA (KOPRIVA) |

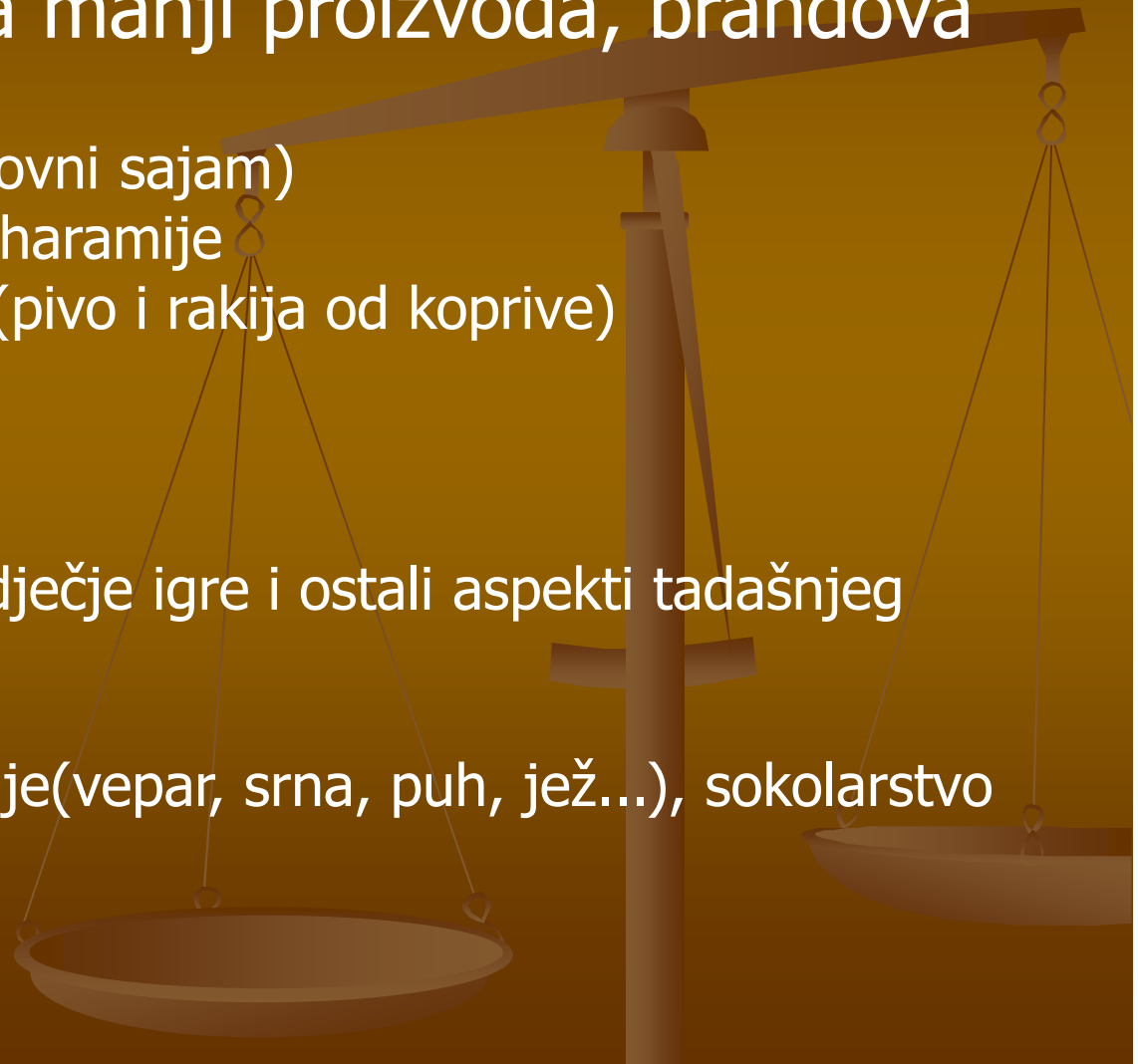


VITEŠKI LOGORI

Renesansni festival – generalni proizvod (brand)

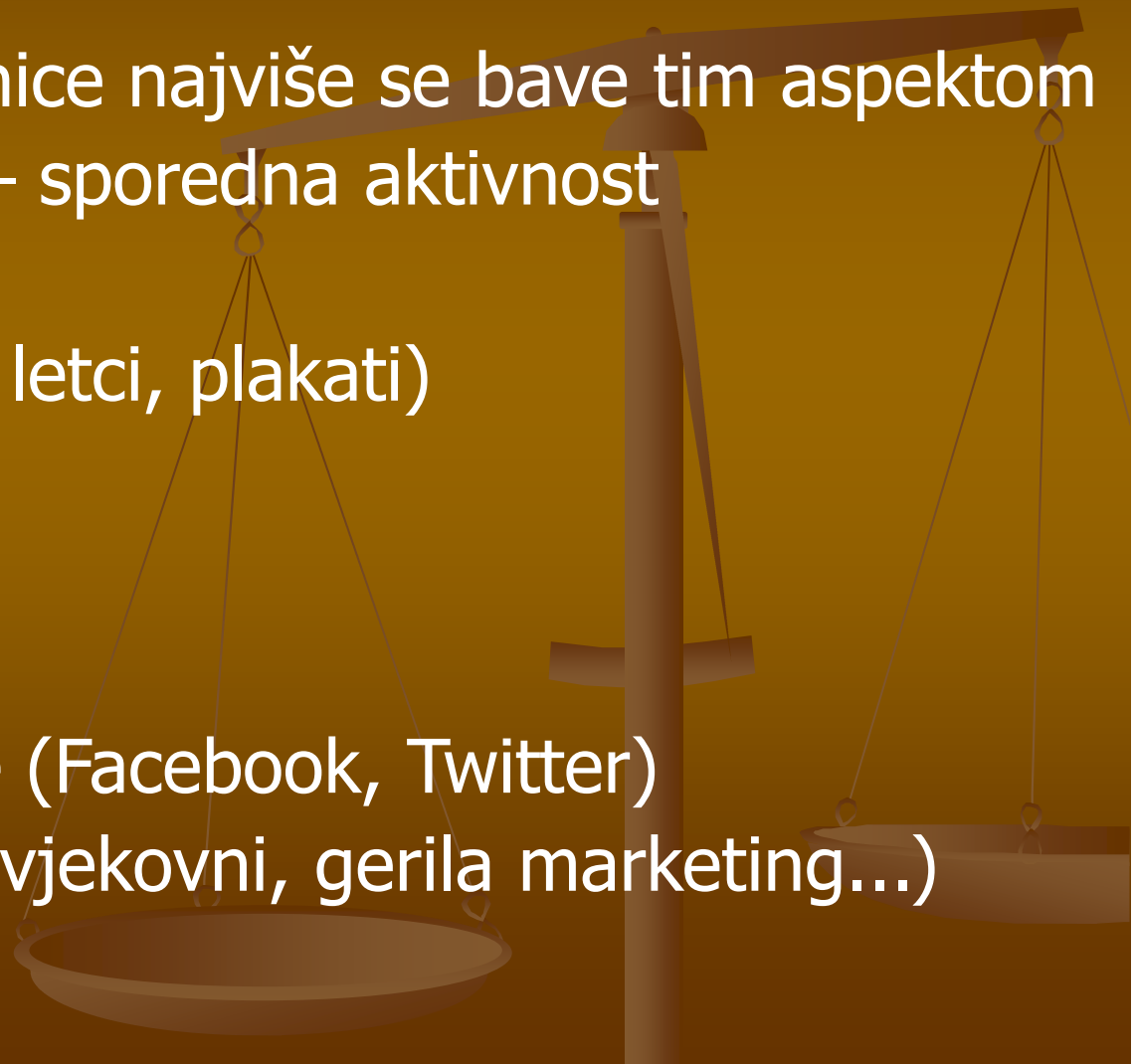
■ Sastoji se od niza manji proizvoda, brandova (mozaik):

- ✓ Stari obrti (srednjovjekovni sajam)
- ✓ Renesansni mušketiri i haramije
- ✓ Kulinarstvo: jela i pića (pivo i rakija od koprive)
- ✓ "Priča o koprivi"
- ✓ Izrada krigli od gline
- ✓ Muzika i plesovi
- ✓ Lakrdijaštvo, zabava , dječje igre i ostali aspekti tadašnjeg života
- ✓ Viteški turnir
- ✓ Životinje: domaće i divlje(vepar, srna, puh, jež...), sokolarstvo



Promocija

- Glavni posao Turističke zajednice (najjednostavniji posao)
 - Turističke zajednice najviše se bave tim aspektom
- Za TZ Koprivnica – sporedna aktivnost
- Mediji:
 - tiskani (katalozi, letci, plakati)
 - jumbo city light
 - TV, radio
 - portali, web
 - društvene mreže (Facebook, Twitter)
 - sajmovi (srednjovjekovni, gerila marketing...)



RENESANSNI FESTIVAL

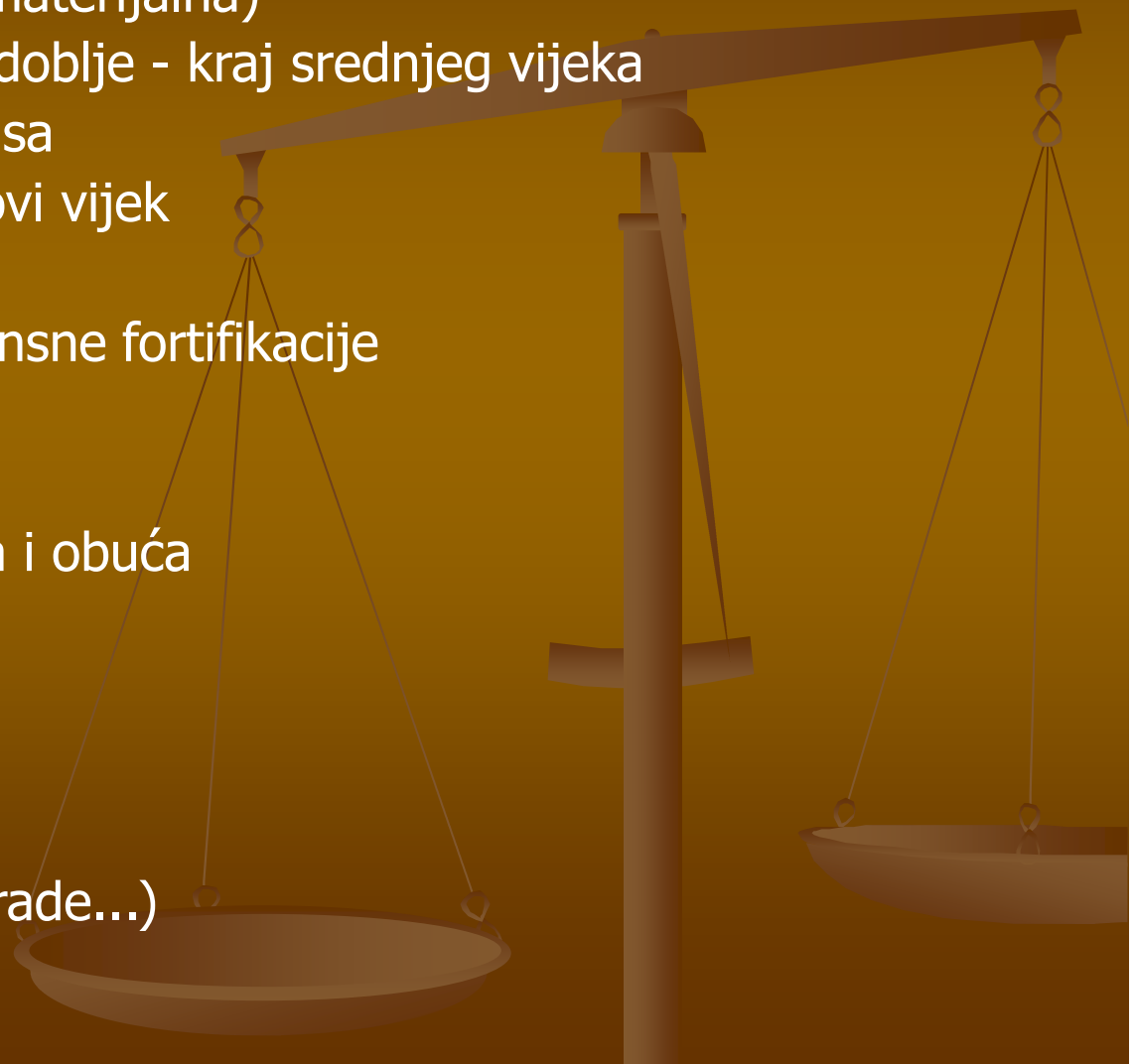
INTERDISCIPLINARNA VALORIZACIJA
VREMENA I PROSTORA





Povijesni aspekti

- Povijesni prostor (građevine)
- Baština (materijalna i nematerijalna)
- Određeno vremensko razdoblje - kraj srednjeg vijeka
Gotika <-> Renesansa
Srednji vijek <-> Novi vijek
- Doba turske opasnosti
- Izgradnja velebne renesansne fortifikacije
- Razvoj vatrenog oružja
- Sumrak viteštva
- Povijesni kostimi – odjeća i obuća
- Oruđe, oružje
- Instrumenti
- Recepti
- Hrana i piće
- Izgled sudionika (kosa, brade...)



0 b 70 0 R 8 6 L

[illegible]







OKOV RATNIK







Renesansni festival 2011



Photo: M. Zeman

SWOT ANALIZA RENESANSNOG FESTIVALA

Sposobnosti - strengths Unutarnja analiza *Slabosti - weaknesses*

- ✓ određenost strateških ciljeva
- ✓ razina kompetentnosti
- ✓ napredovanje u konkurentskoj poziciji
- ✓ pozitivni stavovi kupaca (posjetitelja)
- ✓ djelomična izoliranost od jakih pritisaka konkurencije
- ✓ vlasnik ideje projekta
- ✓ sposobnost inovacije proizvoda
- ✓ iskustvo menadžmenta
- ✓ razvoj novih sadržaja

- neprofitabilnost organizatora
- ograničeni financijski resursi
- prometna dostupnost
- nedovoljna marketinška aktivnost
- iscrpljenost unutrašnjim operativnim problemima
- velik broj honorarnih suradnika i sudionika koji nisu stalno zaposleni
- opasnost od nezgode sudionika ili posjetitelja
- nedovoljno raspoznatljiv tržišni lider
- nedovoljna dostupnost mjerljivih učinaka
- kratkoća trajanja
- kretanje velikog broja nekostimiranih posjetitelja
- nedovoljan stupanj educiranosti domaćih sudionika
- nesklonost nestručnih pojedinaca
- mediji (korumpirani)
- Županijske TZ

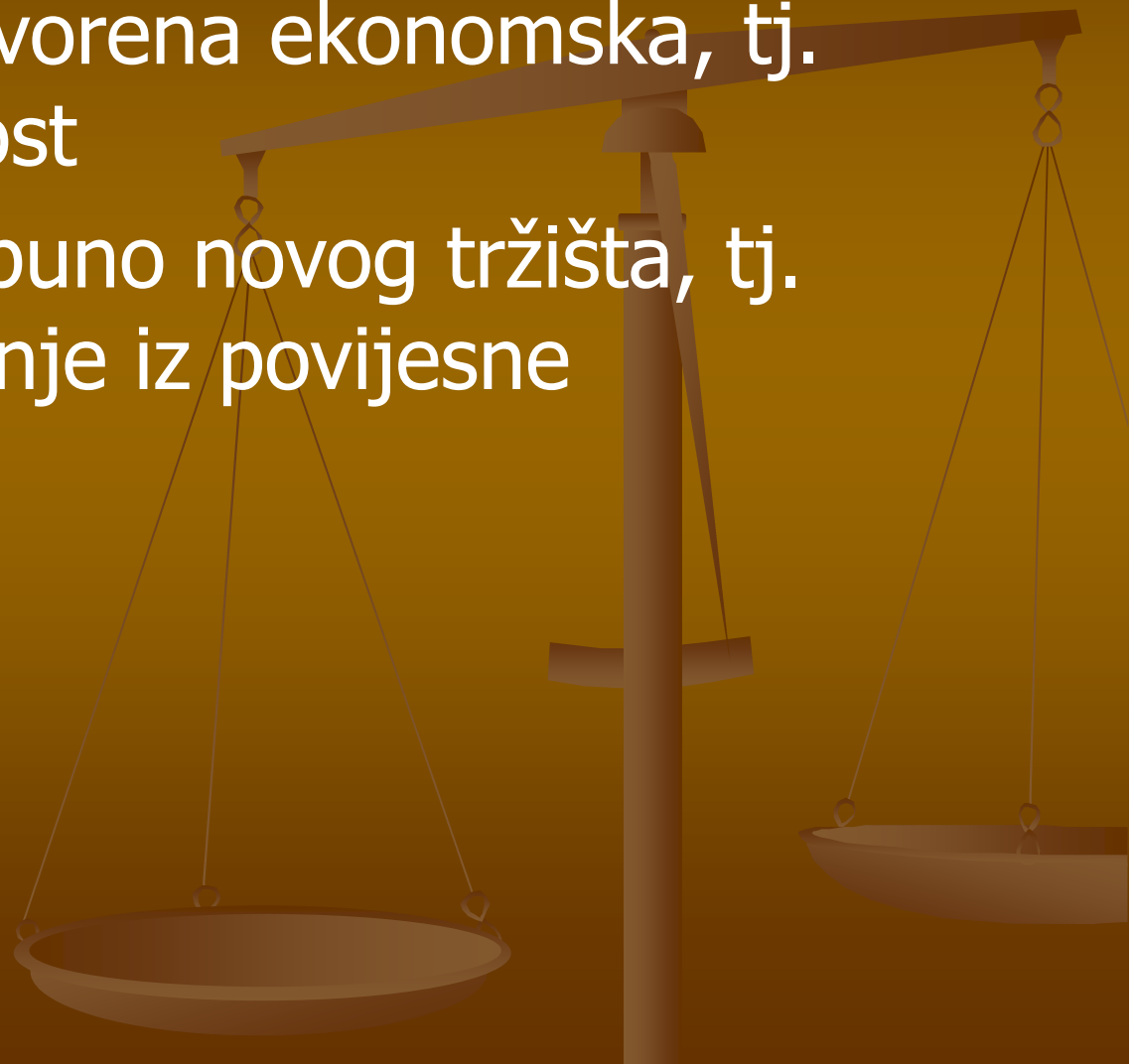
Izgledi – opportunities Vanjska analiza *Opasnosti - threats*

- ❖ ulaz u nova tržišta i segmente
- ❖ ubacivanje komplementiranih proizvoda (sadržaja)
- ❖ sposobnost da se usmjerimo boljoj ciljnoj grupi
- ❖ dobri odnosi s konkurentskim tvrtkama
- ❖ brži rast tržišta (nezasićeno tržište)
- ❖ Izgradnja brze ceste

- ❑ ranjivost na potencijalne konkurentске pritiske u istom periodu
- ❑ Manifestacije iste tematike, ali loše kvalitete
- ❑ ranjivost na recesiju
- ❑ maksimalna ovisnost o vremenskim prilikama
- ❑ nepovoljne demografske promjene
- ❑ djelomična ovisnost o vanjskim izvođačima
- ❑ loša prometna infrastruktura

EKONOMSKI ASPEKT

- potpuno novostvorena ekonomska, tj. dodana vrijednost
- generiranje potpuno novog tržišta, tj. ponude i potražnje iz povijesne perspektive



Trend rasta posjetitelja Renesansnog festivala

broj
posjetitelja

60000

50000

40000

30000

20000

10000

0

2006.

2007.

2008.

2009.

2010.

2011.

2012.

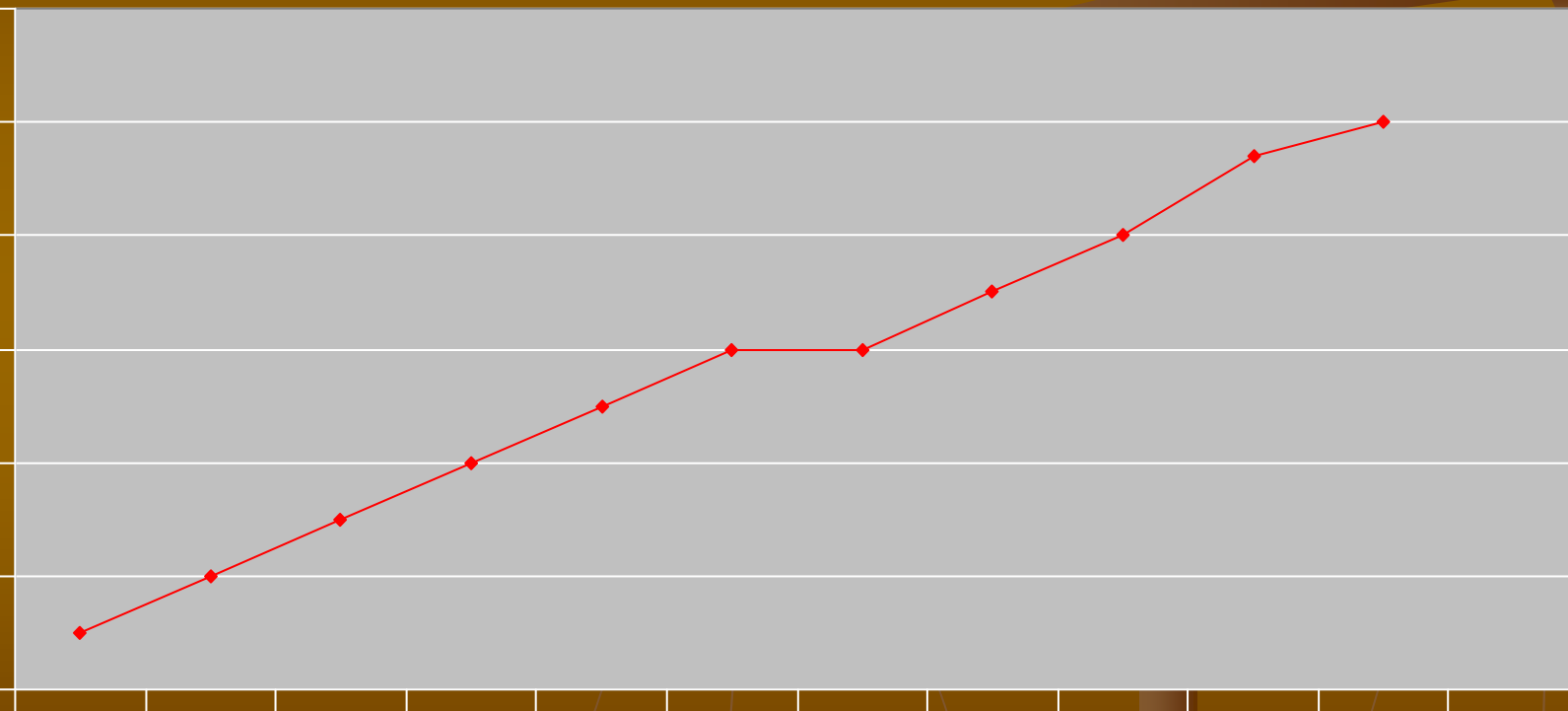
2013.

2014.

2015.

2016.

godine



Procjena financijske vrijednosti Renesansnog festivala (marketinška i komercijalna)

vrijednost

14.000.000

12.000.000

10.000.000

8.000.000

6.000.000

4.000.000

2.000.000

0

2006.

2008.

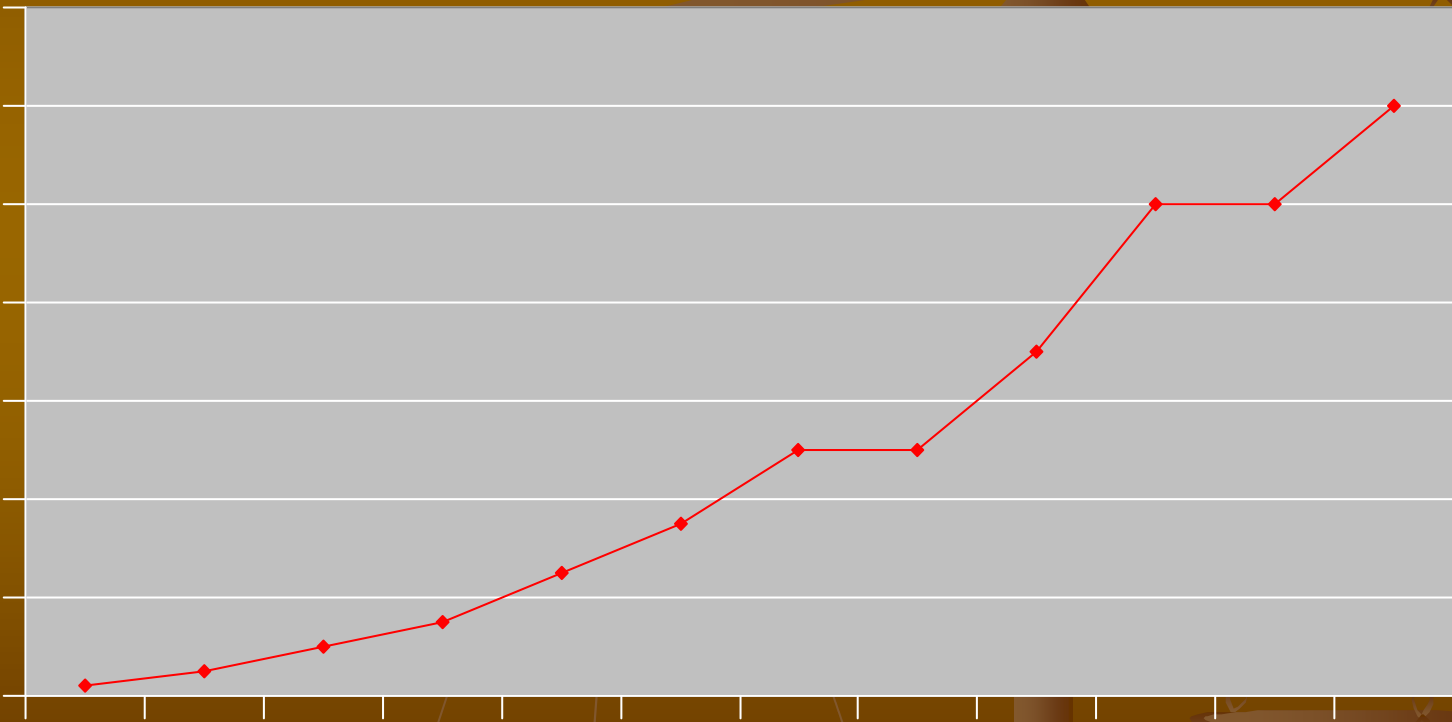
2010.

2012.

2014.

2016.

godine

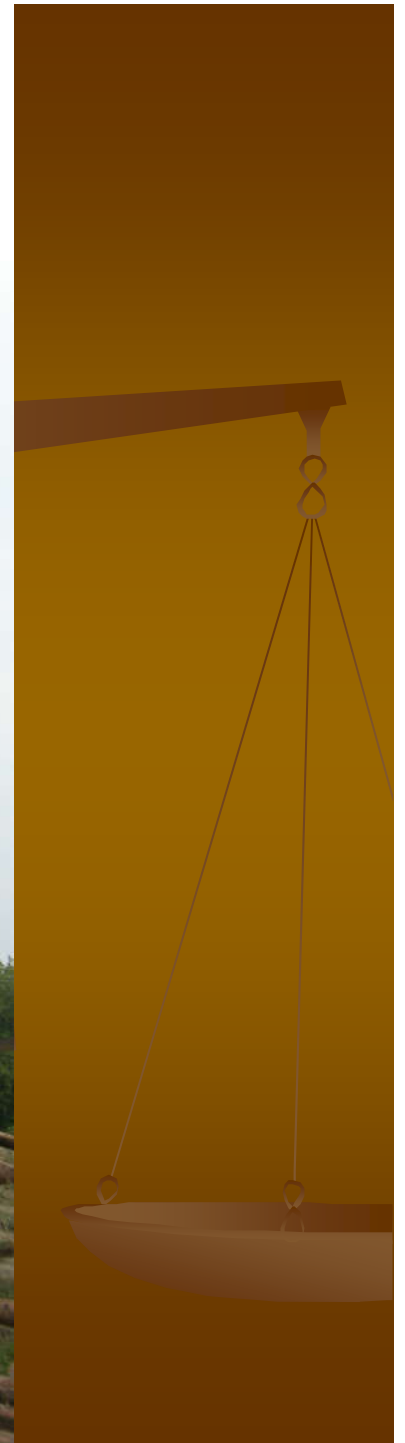


TOP mediji prema vrijednosti objava





Foto: Andreja Tasoti







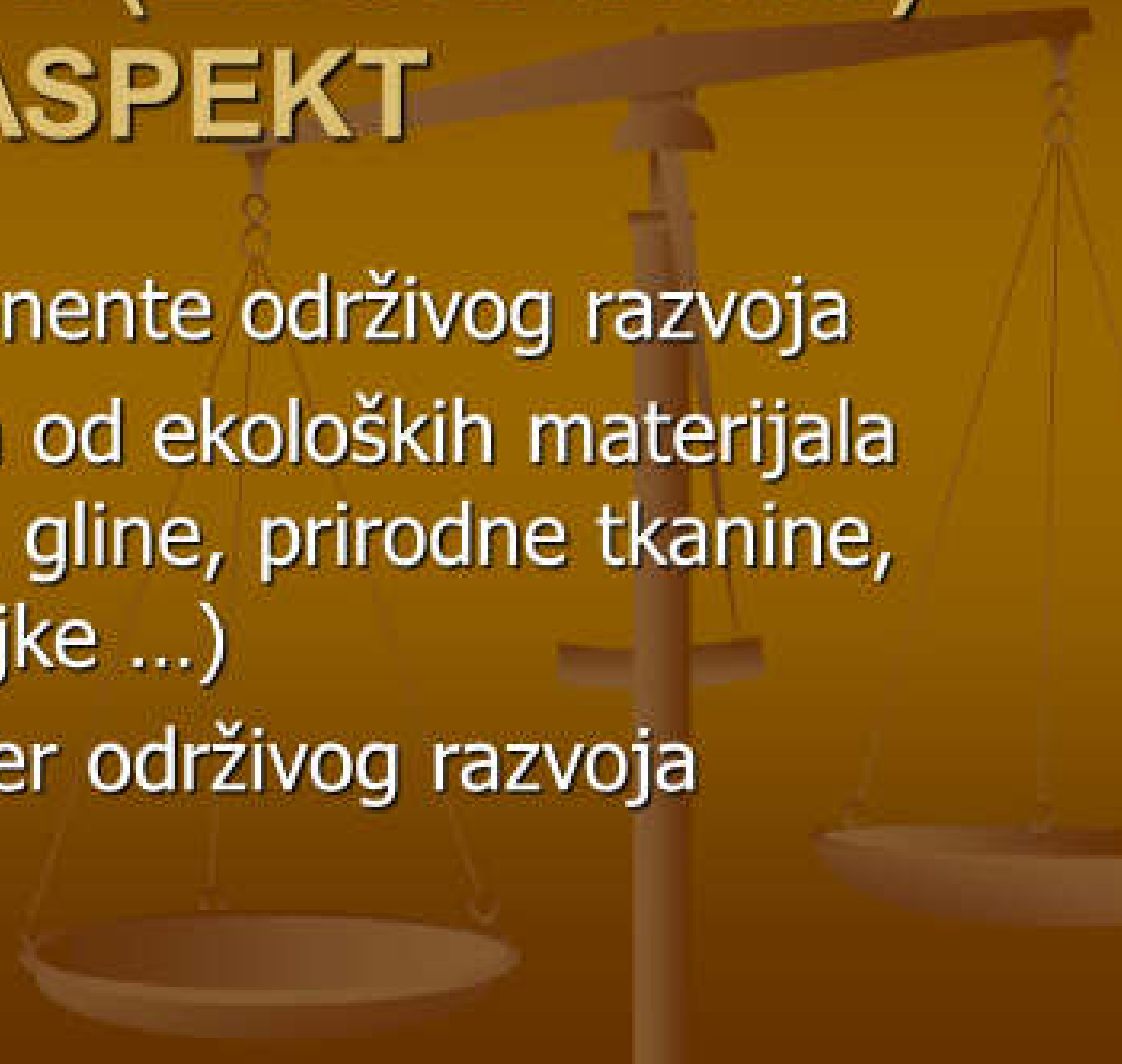








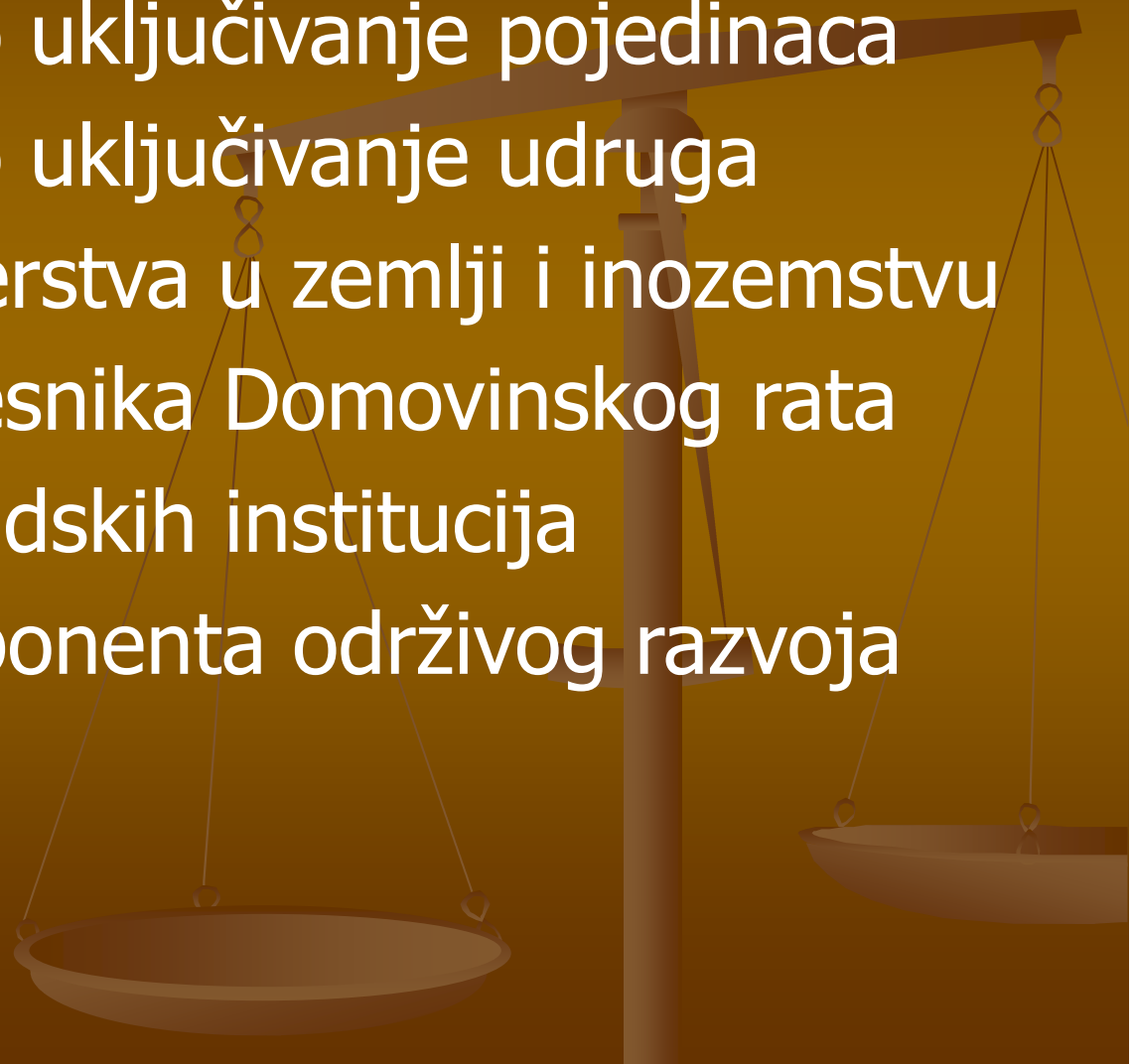
EKOLOŠKI (EDUKATIVNI) ASPEKT



- ekološke komponente održivog razvoja
- izrada predmeta od ekoloških materijala (drveta, rogoza, gline, prirodne tkanine, kamen, šiba, biljke ...)
- eklatantni primjer održivog razvoja

SOCIOLOŠKI ASPEKT

- samoinicijativno uključivanje pojedinaca
- samoinicijativno uključivanje udruga
- stjecanje partnerstva u zemlji i inozemstvu
- uključivanje učesnika Domovinskog rata
- uključivanje Gradskih institucija
- društvena komponenta održivog razvoja



















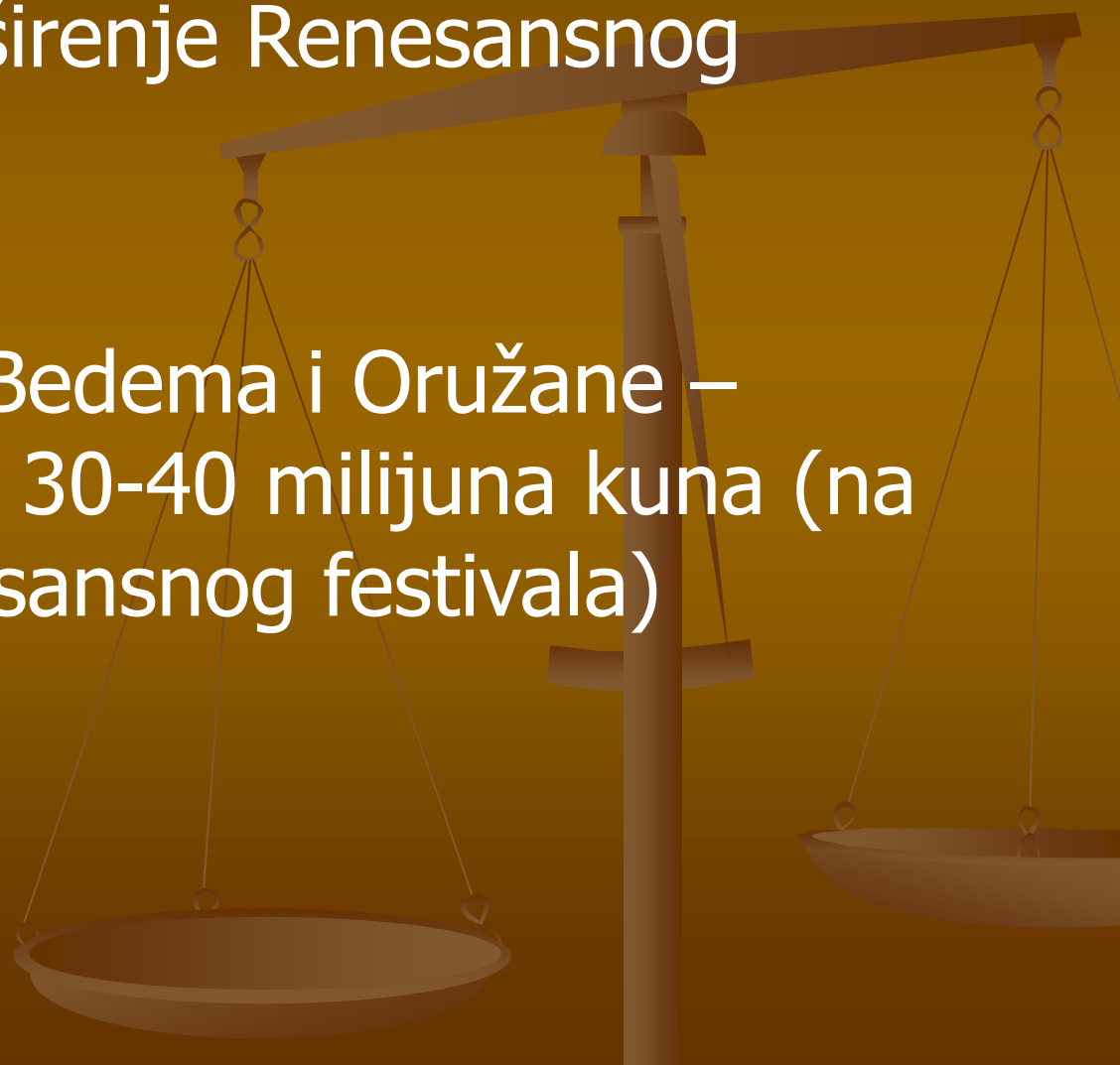








- Vremensko proširenje Renesansnog festivala
- Rekonstrukcija Bedema i Oružane – projekt vrijedan 30-40 milijuna kuna (na temeljima Renesansnog festivala)



ZAKLJUČAK

Projekt Renesansnog festivala determiniran je činjenicom potpuno novostvorene ekonomske, tj. dodane vrijednosti, što je u našim turbulentnim ekonomskim vremenima vrlo rijedak slučaj. Još važnije saznanje je kreiranje tog proizvoda na zapuštenom povijesnom prostoru i nematerijalnoj baštini. Renesansni festival je generirao niz novih proizvoda te potpuno novo tržište sa svojom ponudom i potražnjom i to kroz prizmu povijesne perspektive. Trend kontinuiranog povećanja broja zadovoljnih posjetitelja, gospodarskih čimbenika i sudionika zalog je svrsishodnosti i održivosti ovog turističkog projekta i proizvoda s povijesnom potkom.

Autor projekta:
Renato Labazan, prof.

- <https://www.youtube.com/watch?v=KkLrsyEHsQQ>



tzg-koprivnica@kc.t-com.hr
www.renesansnifestival.hr

