



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA JASTREBARSKOG

**IZVJEŠĆE O RADU
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKOG
ZA 2025. GODINU**

UVOD

UN Tourism (bivši UNWTO) izvještaji za 2025. godinu ukazuju na nastavak snažnog oporavka i rasta globalnog turizma, koji postavlja nove rekorde unatoč ekonomskim i geopolitičkim izazovima.

Evo ključnih trendova u turizmu za 2025. godinu prema [UN Tourism](#) podacima:

Najnoviji Svjetski turistički barometar UNWTO-a također pokazuje:

- **Vrijednost za novac (Value for Money):** Zbog visoke inflacije i povećanih troškova putovanja (smještaj, prijevoz), turisti u 2025. godini traže bolju vrijednost za novac češće putuju bliže kući ili biraju kraće izlete.
- **Održivost i upravljanje destinacijama:** Fokus je na održivom turizmu i pametnom upravljanju destinacijama kako bi se smanjio utjecaj prekomjernog turizma (overtourism) što uključuje disperziju turista izvan najpoznatijih žarišta.
- **Putovanja za doživljaje:** Turisti traže "iskustvena" putovanja koja nude osobni razvoj, kulinarska istraživanja, wellness i autentične lokalne kulture, umjesto klasičnog razgledavanja.
- **Poslovna putovanja (MICE):** Poslovna putovanja ulaze u sofisticiraniju fazu, spajajući rad s lokalnim iskustvima.
- **Izazovi:** Iako je potražnja snažna, sektoru prijete geopolitičke napetosti, visoke cijene i potreba za rješavanjem nedostatka radne snage.

Ukratko, 2025. godina donosi "stabilan rast" s naglaskom na odgovorno putovanje i traženje autentičnih doživljaja.

TOMAS HRVATSKA 2022./2023. (jedini dostupni zadnji izvještaj)

završni izvještaj s rezultatima provođenja istraživanja od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine. Istraživanje obuhvaća obilježja turističke potražnje, stavove i potrošnju turista te je objavljeno s hrvatskim tekstom i sažetkom/tablicama na engleskom jeziku

Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023., koje je provelo 14.632 intervjua s turistima u 148 mjesta diljem Hrvatske, pokazalo je da prosječna dnevna potrošnja turista iznosi 140 eura. Najveću potrošnju ostvaruju hotelski gosti (195 eura dnevno), slijede gosti u obiteljskom smještaju (139 eura), hostelima (90 eura) i kampovima (84 eura).

Prema istraživanju TOMAS Hrvatska 2022./2023., koje je proveo Institut za turizam, zabilježeni su ključni trendovi u potrošnji i profilima turista, s posebnim naglaskom na selektivne oblike turizma poput enogastronomskog i prirodnog turizma.

Profil turista:

- **Dobna struktura:** Najzastupljenija dobna skupina među turistima bila je između 36 i 45 godina (33,6%), slijede turisti od 26 do 35 godina (26,4%) te od 46 do 55 godina (20,7%).
- **Obrazovanje:** Većina turista imala je višu školu (38,4%) ili fakultetsko obrazovanje i više (41,5%).
- **Mjesečna primanja:** Najveći udio turista dolazi iz kućanstava s mjesečnim primanjima između 2.001 i 3.000 eura (27,5%) te između 1.001 i 2.000 eura (26,9%).

Potrošnja:

- **Prosječna dnevna potrošnja:** Turisti su prosječno trošili 140 eura dnevno.
- **Raspodjela troškova:** Najveći dio potrošnje odnosio se na smještaj (38%), hranu i piće u ugostiteljskim objektima (24%) te rekreaciju i zabavu (16%).

Selektivni oblici turizma:

- **Enogastronomski turizam:** Gastronomija je bila jedan od glavnih motiva dolaska za 18,2% inozemnih turista. Najveći interes za gastronomiju pokazali su turisti iz Austrije (22,2%) i Njemačke (21,8%).
- **Aktivnosti vezane uz gastronomiju:**
 - **Posjete restoranima:** 59,3% turista posjećivalo je restorane tijekom boravka.
 - **Obilasci vinskih cesta:** 10,2% turista sudjelovalo je u obilascima vinskih cesta ili vinarija.
 - **Posjete seoskim domaćinstvima:** 6,2% turista posjetilo je obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG-ove).
- **Prirodni turizam:** Istraživanje je također pokazalo da turisti cijene prirodne ljepote Hrvatske, što ukazuje na potencijal za razvoj turizma usmjerenog na prirodne atrakcije.

Ovi podaci ukazuju na značajan interes turista za enogastronomske sadržaje i prirodne ljepote, što pruža priliku destinacijama poput Jastrebarskog da razvijaju ponudu usmjerenu na ove segmente, obogaćujući turističko iskustvo i potičući održivi razvoj.

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA JASTREBARSKOG

Turistički ured Turističke zajednice grada Jastrebarskog oformljen je 2008. godine u poslovnom prostoru u najmu putničke agencije Samoborček na Strossmayerovom trgu te se tamo djelovalo sve do kraja 2012. godine. Početkom 2013. godine turistički ured je preseljen na novu adresu, Vladka Mačeka 1, u prostorije Gradskog muzeja i galerije Jastrebarsko. Radno vrijeme ureda je od ponedjeljka do petka, od 8 do 16 sati. Turistički ured od studenog 2019. godine nalazi se na novoj adresi Vladka Mačeka 2, prostor je obnovljen i namjenski uređen za turistički potrebe i obavljanje rada.

U kolovoz 2018. godine zaposlena je Petra Masnec ugovorom na određeno u trajanju od 6 mjeseci, koja je trenutno jedini zaposlenik Turističke zajednice. U veljači 2019. godine na 2. sjednici Turističkog vijeća

jednoglasno je usvojeno da Petra Masnec radi u uredu Turističke zajednice grada Jastrebarskog na određeno razdoblje do kraja trajanja EU projekta kulTura, do 31. prosinca 2020. godine. U travnju 2019. godine započeli su radovi na obnovi i opremanju novog prostora Turističke zajednice na adresi Vladka Mačeka 2 u prostoru današnje županijske zgrade. Ured je uređen i opremljen iz EU projekta Grad Jastrebarsko i Turistička zajednica grada Jastrebarskog sa još četiri partnera provode EU projekt „Baština Jaske i Črnomlja također može biti 'cool'. Za sve.“ Akronim projekta – kulTura u sklopu Programa prekogranične suradnje Interreg V A Slovenija - Hrvatska za razdoblje 2014.-2020. Prostor se sastoji od 55 m² od tri prostorija, prvi dio ureda namijenjen je promocijskom dijelu, radi radi dio koji se sastoji od ureda koji je namijenjen i za održavanje sastanaka, te treći dio koji se sastoji od sanitarnog čvora. U studenom 2019. godine završeni su radovi ureda te službeno otvorenje ureda se održalo u 31. siječnja 2020. godine.

Pojavom COVID-19 virusa Turistički informativni centar je bio zatvoren od 19. ožujka 2020. do 12. svibnja 2020. godine prema preporuci nadilaženog ministarstva o zatvaranju Turističko informativnih centara i turističkih zajednica. Svi poslovi su se obavljali od kuće.

U lipnju 2022. godine imenovana je direktorica Turističke zajednice Grada Jastrebarskog sukladno postojećem Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma na mandat od 4 godine.

U zajednici koja je sačinjena i od turističko-informativnog centra zaposlena je samo jedna osoba koja radi sve aktivnosti koje provodi Turistička zajednica, navedene aktivnosti opisane su izvješćima; Izvješće o izvršavanju plana rada Turističke zajednice Grada Jastrebarskog za 2025., Izvješće o radu Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Jastrebarskog za 2025., Izvješće o radu direktorice Turističke zajednice Grada Jastrebarskog za 2025. godinu kao i ovo izvješće.

U 2025. godini, na sjednici Gradskog vijeća, 15. prosinca većinom glasova izglasan je Plan upravljanja destinacijom Jastrebarsko za razdoblje od 2025. do 2029. godine koji se sačinjava od strateških i operativnih aktivnosti s ciljevima produljenja boravka i jačanja destinacije.

CILJEVI TURISTIČKE ZAJEDNICE

Zajednički ciljevi turističkih zajednica su:

1. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma
2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

ZADAĆE TURISTIČKE ZAJEDNICE

Zadaće lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

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

3. Distribucija

- 3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti

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

3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice. Lokalna turistička zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

PROPISI U TURIZMU

Makro-okolina zajednice zahtijeva analizu sposobnosti, položaj na tržištu i analizu segmentacije tržišta. Potrebne informacije o makro okruženju, koje je neovisno i koje on ne kontrolira, mogu se dobiti iz različitih izvora: objavljenih dokumenata, informacija na relevantnim stranicama na internetu, kao i kroz kupnju istraživanja koja su već provela relevantne institucije. Makro okruženje ima takvu osobinu da se ne može vidjeti, ne može se utjecati, ali se može uzeti u obzir i predvidjeti. Ti čimbenici uključuju i politički, koji bi trebao uzeti u obzir stabilnost vlade, državnu regulaciju poduzetništva i konkurenciju u industriji, promjene u zakonodavstvu.

Važeći zakoni i provedbeni propisi iz područja ugostiteljstva i turizma

>> [ZAKON O TURIZMU \(NN 156/23\)](#)

- Pravilnik o praćenju učinka potpora u turizmu ([NN 135/25](#))
- Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta ([NN 112/24](#))
Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom ([NN 112/24](#))
 - [Ministarstvo turizma i sporta: Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom](#)
- Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma ([NN 112/24](#))
- Vlada RH: Odluka o imenovanju Vijeća za upravljanje razvojem turizma ([NN 90/24](#))
- Uredba o poticanju ulaganja u sektoru turizma ([NN 39/24](#))

>> [Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti- neslužbeno pročišćeni tekst](#); ([NN 85/15](#); [NN 121/16](#); [NN 99/18](#); [NN 25/19](#); [NN 98/19](#); [NN 32/20](#); [NN 42/20](#); [NN 126/21](#), [NN 152/24](#))

Provedbeni propisi:

- Pravilnik za dodjelu oznake kvalitete ugostiteljskog objekta vrste Hotel ([NN 9/16](#))
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi ([NN 54/16](#)) ; Izmjene i dopune ([NN 68/19](#)) ; Izmjene i dopune ([NN 120/19](#)) - [neslužbeno pročišćeni tekst](#)
- Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli ([NN 56/16](#)); Izmjene i dopune ([NN 120/19](#)) - [neslužbeno pročišćeni tekst](#)

- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ([NN 9/16](#); [NN 54/16](#); [NN 61/16](#); [NN 69/17](#)) - [neslužbeno pročišćeni tekst](#) ; Izmjene i dopune ([NN 120/19](#))
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj ([NN 54/16](#); [NN 69/17](#)) - [neslužbeno pročišćeni tekst](#)
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu ([NN 54/16](#); [NN 69/17](#)) ; Izmjene i dopune ([NN 120/19](#)) - [neslužbeno pročišćeni tekst](#)
- Pravilnik o upisnicima ugostiteljskih objekata i o upisnicima o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu ([NN 5/08](#))
- Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige gostiju i popisa gostiju ([NN 140/15](#))
- Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupina "restorani", "barovi", "catering objekti" i "objekti jednostavnih usluga" - [neslužbeno pročišćeni tekst](#) ; ([NN 82/07](#)); ([NN 82/09](#)); ([NN 75/12](#)); ([NN 69/13](#)) ; ([NN 150/14](#))
- Pravilnik o utvrđivanju posebnog standarda - hrvatska autohtona kuhinja ([NN 60/11](#))
- [ARHIVA](#)

>> [Zakon o pružanju usluga u turizmu-neslužbeno pročišćeni tekst](#); ([NN 130/17](#); [NN 25/19](#); [NN 98/19](#)); [NN 42/20](#)); [NN 70/21](#); [NN126/2025](#))

Provedbeni propisi:

- [Pravilnik o stručnom ispitu za voditelja poslova u turističkoj agenciji - neslužbeno pročišćeni tekst](#) iz [NN 81/19](#); [NN 27/24](#)
- Pravilnik o vrstama plovnih objekata nautičkog turizma ([NN 68/19](#))
- Pravilnik o priznavanju inozemnih stručnih kvalifikacija turističkog vodiča i voditelja poslova turističke agencije ([NN 58/19](#)); Izmjene i dopune ([NN 28/20](#))
- Pravilnik o uvjetima za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja plovila sa ili bez posade i pružanje usluge smještaja gostiju na plovilu ([NN 42/17](#))
- Pravilnik o iskaznici turističkog vodiča ([NN 50/08](#)) ; ([NN 90/08](#)) ; ([NN 112/09](#)) ; ([NN 33/10](#)) ; ([NN 62/10](#))
- Pravilnik o stručnom ispitu za turističke vodiče i ispitnom programu za turističke pratitelje ([NN 50/08](#)) ; ([NN 120/08](#))
- Pravilnik o popisu turističkih cjelina (lokaliteta) po županijama ([NN 76/08](#))
- Pravilnik o kategorizaciji luke nautičkog turizma i razvrstavanju drugih objekata za pružanje usluga veza i smještaja plovnih objekata ([NN 120/19](#))
- [ARHIVA](#)

>> [Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma \(neslužbeno pročišćeni tekst\)](#); ([NN 52/19](#); [NN 42/20](#))

- 16. 12. 2022. - [Smjernice za obavljanje stručnog nadzora skupštine turističke zajednice nad radom turističke zajednice od strane neovisnog revizora](#)

Provedbeni propisi:

- Pravilnik o stručnom ispitu za rad u turističkoj zajednici ([NN 44/22](#))
- Pravilnik o posebnim uvjetima koje moraju ispunjavati zaposleni u turističkim zajednicama ([NN 13/22](#))

- Pravilnik o javnoj turističkoj infrastrukturi ([NN 136/21](#))
- Pravilnik o obrascima i načinu vođenja Upisnika turističkih zajednica ([NN 114/09](#))
- [ARHIVA](#)

>> [Zakon o članarinama u turističkim zajednicama \(neslužbeno pročišćeni tekst\)](#); ([NN 52/19](#)) ([NN 144/20](#))

Provedbeni propisi:

- Pravilnik o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i o obrascima TZ za plaćanje članarine turističkoj zajednici ([NN 14/20](#)) ; Dopuna ([NN 88/20](#)) ; Dopuna ([NN 64/21](#)) ; Izmjene i dopune ([NN 148/22](#))
- [Uputa za popunjavanje obrazaca TZ za 2022. godinu /.pdf](#)
- Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama ([NN 144/20](#))
- [ARHIVA](#)

>> [Zakon o turističkoj pristojbi \(neslužbeno pročišćeni tekst\)](#);

([NN 52/19](#); [NN 32/20](#); [NN 42/20](#))

Provedbeni propisi:

- Pravilnik o oslobađanju od plaćanja turističke pristojbe ([NN 148/22](#))
- Pravilnik o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za udružene turističke zajednice ([NN 4/22](#))
- Pravilnik o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent ([NN 4/22](#))
- Pravilnik o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe za čarterska plovila, brodove za višednevna kružna putovanja i osobe koje borave na plovilu (nautičari) te način plaćanja turističke pristojbe za brodove na kružnom putovanju u međunarodnom pomorskom prometu i međunarodnom prometu na unutarnjim vodam ([NN 73/20](#))
- Pravilnik o sustavu eVisitor ([NN 43/20](#))
- Pravilnik o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe ([NN 71/19](#))
- [ARHIVA](#)

>> [Zakon o neprocijenjenom građevinskom zemljištu](#) ([NN 50/20](#))

- Uredba o uređenju zakupa na dijelovima kampa u vlasništvu Republike Hrvatske ([NN 16/24](#))
- Uredba o uređenju zakupa na turističkom zemljištu na kojemu su izgrađeni hoteli i turistička naselja ([NN 16/24](#))
- [ARHIVA](#)

>> **Odluke Vlade RH - Hrvatska turistička kartica**

- 12. 6. 2020. - Odluka o izmjeni Odluke o uvođenju mjere za poticanje potrošnje u ugostiteljstvu i turizmu u Republici Hrvatskoj ([NN 68/20](#))
- 20. 12. 2019. - Odluka o uvođenju mjere za poticanje potrošnje u ugostiteljstvu i turizmu u Republici Hrvatskoj ([NN 125/19](#))

>> Zakon o državnom inspektoratu ([NN 115/18](#), [117/21](#), [67/23](#), [155/23](#))

[ARHIVA](#)

POPIS DOKUMENATA TURISTIČKE ZAJEDICE GRADA JASTREBARSKOG:

- Statut Turističke zajednice Grada Jastrebarskog
- Pravilnik o unutarnjem ustrojstvu, sistematizaciji radnih mjesta, naknada i ostalog Turističke zajednice Grada Jastrebarskog
- Poslovnik o radu Skupštine Turističke zajednice Grada Jastrebarskog
- Poslovnik o radu Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Jastrebarskog
- Pravilnik o jednostavnoj nabavi
- Ostalo

STRATEŠKI DOKUMENTI

Strateški projekt je projekt koji izravno pridonosi postizanju jednog ili više strateških ciljeva, ima značajan/dugotrajan utjecaj na razvoj jedinice lokalne samouprave, te može započeti i biti dovršen u razdoblju trajanja dokumenta strateškog planiranja u okviru kojeg se predlaže. Planovi razvoja jedinica lokalne su srednjoročni dokumenti strateškog planiranja od značaja za jedinice lokalne samouprave (JLS) kojima se definiraju posebni ciljevi za provedbu strateških i posebnih ciljeva iz dugoročnih akata strateškog planiranja planova razvoja.

Dostupni strateški dokumenti omogućuju promjenu i od osnovnog pružatelja usluga postane katalizator promjena. U svim strategijama je jasan cilj povećavanja mogućnosti za privlačenja sredstava, a paralelno donosi nove resurse i potiče na korištenje postojećih na efikasniji, koherentniji i transparentniji način. Sa strategijama je vidljivo poboljšavanje usmjerenost institucije(a), ono što je najbitnije omogućuje aktivniji utjecaj na budućnost i bolje "snalaženje" te "pozicioniranje" u okruženju u kojem dominira natjecanje i konkurentnost.

U nastavku je presjek u obliku tablice važnih institucija za djelovanje Turističke zajednice po donositeljima strateških dokumenata te sa njihovim nazivom. Navedeni strateški dokumenti služili su za izradu ovog izvještaja o rada Turističke zajednice Grada Jastrebarskog, jer na temelju njih proizlaze sve realizirane aktivnosti.

Turistička zajednica Grada Jastrebarskog	Grad Jastrebarsko	Turistička zajednica Zagrebačka županija	Zagrebačka županija	Hrvatska turistička zajednica	Ministarstvo turizma i sporta	Republika Hrvatska
Strategija razvoja turizma Grada Jastrebarskog 2019-2025	<u>Provedbeni program Grada Jastrebarskog 2025.-2029.</u> <u>Strategija upravljanja</u>	<u>Plan upravljanja destinacijom za područje Zagrebačke županije do 2028.</u>	Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027. Odluka o visini	Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2030. godine	Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine	Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine

	<p>imovinom 2020.-2026.</p> <p>Strategija razvoja pametnog grada 2019.-2024.</p> <hr/> <p>Strategija zelene urbane obnove Grada Jastrebarskog za razdoblje 2023.- 2033.</p>	<p>Plan upravljanja destinacijom Zagrebačke županije do 2028 – popis usvojenih projekata</p> <p>Strategija održivosti Turističke zajednice Zagrebačke županije</p> <p>Strateška studija utjecaja na okoliš:</p> <p>Plan rodne ravnopravnosti</p> <p>Gender equality plan</p> <p>Studija upravljanja kvalitetom u turizmu Master plana za razvoj turizma u Dolini kardinala</p> <p>Pravilnik standarda kvalitete Cyclist Welcome Quality i</p>	<p>turističke pristojbe za 2027. godinu u Zagrebačkoj županiji</p> <p>Provedbeni program Zagrebačke županije 2025.-2029.</p> <p>Program razvoja pametnih sela u Zagrebačkoj županiji do 2030. - akcijski plan</p> <p>Program razvoja ekološke poljoprivrede u Zagrebačkoj županiji do 2030. godine - akcijski plan</p>	<p>Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023. – 2027. (SMOPHT</p>		
--	---	---	--	---	--	--

		djelovanje CW mreže u Zagrebačkoj županiji Operativni plan razvoja cikloturizma Zagrebačke županije Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025. godine) Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020. godine				
--	--	--	--	--	--	--

Ministarstvo turizma i sporta te Hrvatska turistička zajednica (HTZ) trenutno provode ključne strateške dokumente usmjerene na razvoj i promociju turizma u Hrvatskoj:

1. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine

Ovaj dokument, usvojen 16. prosinca 2022., postavlja temelje za dugoročni razvoj turizma u Hrvatskoj s naglaskom na održivost. Strategija definira četiri strateška cilja:

- **Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam:** Smanjenje sezonalnosti i ravnomjernija raspodjela turističkih aktivnosti diljem zemlje.
- **Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu:** Očuvanje prirodnih resursa i smanjenje negativnog utjecaja turizma na okoliš.

- **Konkurentan i inovativan turizam:** Povećanje konkurentnosti kroz inovacije i kvalitetu turističke ponude.
- **Otporan turizam:** Jačanje otpornosti turističkog sektora na krizne situacije.

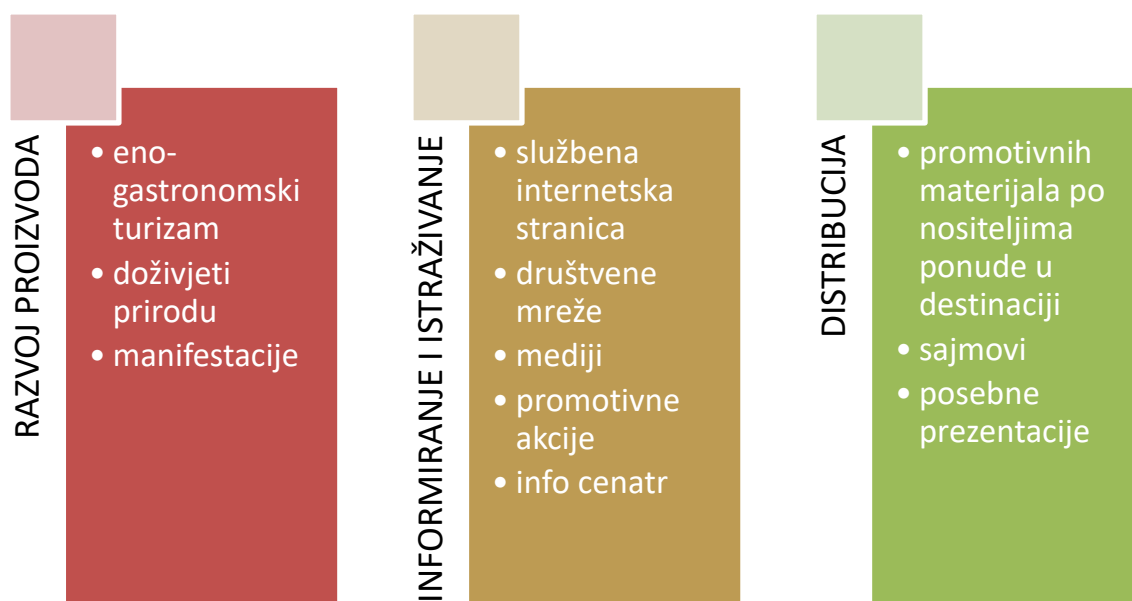
Na temelju ove strategije izrađuje se Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine, koji će operacionalizirati prioriteta područja kroz konkretne mjere

2. Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023. – 2027. (SMOPHT)

HTZ je izradio ovaj plan kao ključni dokument kojim se definira nacionalni turistički marketing Republike Hrvatske. Plan se oslanja na temeljne postavke Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i pruža detaljne smjernice za razvoj, repozicioniranje, rebranding i promociju hrvatskog turizma do 2027. godine.

AKTIVNOSTI

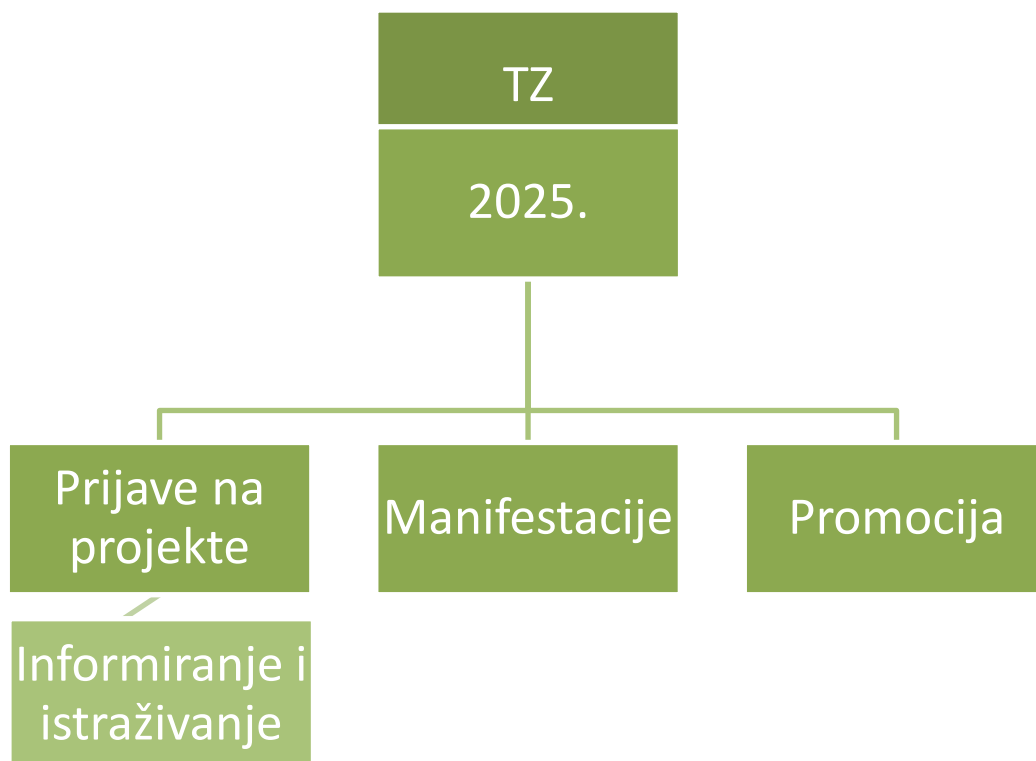
Svakodnevne, ali i godišnje aktivnosti Turističke zajednice Grada Jastrebarskog obuhvaćaju sve aktivnosti po Zakonu o turističkim zajednicama kao i djelovanju ostalih primjenjiv dokumenata Hrvatske turističke zajednice, ali i dokumente turističke zajednice, glavni od njih su razvoj proizvoda, informiranje i istraživanje te distribucija.



Turistički informativan centar ključna je točka za posjet Jastrebarsko, opremljen za što lakše informiranje, ali i distribuciju promotivnih materijala. Produkciju i distribuciju promotivnih materijala vodi Turistička zajednica. Osim informativnih aktivnosti, u uredu se odvijaju svi važni sastanci na temu razvoja i rasta same destinacije, kako sa povezanim institucijama tako sa svim nositeljima turističke ponude u destinaciji. Turistička zajednica aktivno prati natječaje, javne pozive i ostale relativne informacije nadležne županije, ministarstva i Hrvatske turističke zajednice te ih uspješno provodi i informirana dionike u turizmu na jaskanskom području. Turistička zajednica grada Jastrebarskog provodi strategiju razvoja turizma u

Jastrebarskom za 2019 . – 2024. godine. Turistička zajednica svoje aktivnosti provodi po trenutnim nacionalnim akcijskim i razdvojem strategijama. Na sjednici Skupštine, od 13., prosinca 2024. godine za potrebe plana upravljanja produljena je Strategija razvoja turizma Grada Jastrebarskog na još godinu dana.

GLAVNE AKTIVNOSTI U 2025.



Grafikon prikazuje orijentaciju aktivnosti koje su obilježile 2025. godinu Turističke zajednice Grada Jastrebarskog, u nastavku će biti prikazana i raspisana svako glavno težište pojedinih aktivnosti.

1. PRIJAVA NA PROJEKTE

Turistička zajednica Grada Jastrebarskog u 2025. godini prijavila se na sljedeće javne pozive glavnih institucija, u svakom grafikonu, prikazan je naziv projekta, broj prijava, naziv projekata te ostvarenog financiranja.

HTZ - javni poziv za nedovoljno razvijena područja i kontinet

Prijavljena tri projekta

- Plan upravljanja destinacijom

- Repozicioniranje glavnih komunikacijskih kanala

- Festival pjenušaca & jagoda

ZŽ - javni poziv za manifestacije značajane za razvoj turizma u Zagrebačkoj županiji

- Žumberak trail ostvareno

TZZŽ - Ruža Zagrebačke županije

Gaby's garden - ostvareno

Restoran Karlo ostvareno

AKTIVNOSTI PO MJESECIMA

SIJEČANJ

Manifestacije:

6.12.-6.1.2025. Winter Jaska

12.1. Upoznaj svoju zemlju – besplatna turistička vođenja po gradu

Izložba Baština na platnu: tragovima prošlosti u odjeći našeg kraja prošlosti – aktivnost sa Osnovnom školom, izložba + kreirana brošura

Postavljena nova smeđa signalizacija za vinarije i restorane

VELJAČA

Uređenje grada: 14.2. Valentinovo

Manifestacija: 22.2. Obilježavanje međunarodnog dana TV

Promocija i aktivnost direktorice: Sajam Alpe Adria u Ljubljani – u suradnji s TZZŽ

Promocija: 24.2. SKI & WINE Sljeme – u suradnji s TZZŽ

POKRENUTA KAMPANJA S PUTNIM KOFEROM – restorani Jastrebarskog, s ciljem jačanja gastronomske scene

OŽUJAK

Manifestacija: 8.3. Turistička tura povodom Dana žena

Manifestacija: Fašnik

Aktivnost direktora: 14.3. Fokus grupe iznajmljivači, vinari i ugostitelji i edukacija za iznajmljivače + knjiga sve o privatnom smještaju

Aktivnost direktora: 19.3. Stross projekt – prezentacija mogućih aktivnosti na obnovljenom trgu

Aktivnost direktora : 20.3. Putni kofer konferencija Lako je vama, vi imate more – sudjelovanje na panelu
Revizija ciklo turističkih staza i tabli

TRAVANJ

Uređenje grada: 19.4. Uskrs – instalacije i radionica povodom Uskrsa

Manifestacija: 25.4. Obrtnici na Strossu – u suradnji sa Udruženjem obrtnika, besplatni popravci i prezentacija obrtničkih zanimanja

Manifestacija: 28.4. Predavanje planinarske knjige „Plavine boje Lile“

Manifestacija: 28.4. Cvjetna Jaska

Promocija i aktivnost direktora: 29.4. Podjela za ocjene kvalitete lokalnim dionicima

Promocija i aktivnost direktora: Predavanje na Ekonomskom fakultetu

Uređenje grada: postavljeni Billboardi i Citylight plakati image za promociju destinacije po gradu

SVIBANJ

6.5.

Promocija i aktivnost direktora: 7.5. Konferencija za medije Festivala pjenušaca i jagoda u Vinariji Korak
Studijsko putovanje: 19.5. Studijsko putovanje poljskih influencera – u suradnji s TZZŽ, posjet Gbay's garden i radionica samoniklog bilja, degustacije u vinariji Jagunić i Kolarić

Manifestacija: 23.–25.5. Festival pjenušaca & jagoda

Promocija i nagrada: 26.5. Turistička patrola: Najbolja kontinentalna destinacija Hrvatskog turizma

Manifestacija: 26. Jaskanski polumaraton i memorijal Predrag Bošnjak

Manifestacija: 30.5. 5. Biciklijada Jaskansko srce

LIPANJ

Promocija: 4.6. Konferencija ljetnih događanja (Ljeto u Jaski, Žumberak trail, INA delta, Italija x Jagunić, Motocross...)

Manifestacija i promocija: 7.6. Italija x Jagunić (radionica talijanskih jela sparena s Jagunićevim vinima

Promocija: 7.6. Turizam.hr (Wellspring, Korak, Jagunić)

Manifestacija: 6.-12.6. Izložba Baština na platnu: tragovima prošlosti u odjeći našeg kraja prošlosti – aktivnost sa Osnovnom školom, izložba

Dodjela nagrada: 10.6. Ruža Zagrebačke županije (Restoran Karlo i Gaby's garden)

Manifestacija: 21.6. Pub kviz | Ljeto u Jaski

Studijsko putovanje: 20.6. 11 agenata iz Norveške i Danske + direktor predstavništva HTZ (Hotel Princess i Izletišta vinogradska kuća Braje – u suradnji s TZZŽ)

Dodjela novih oznaka Local host: 24.6.

Jačanje turističkih proizvoda: 24.6. Ručnici – podjela ručnika privatnim iznajmljivačima s dodatnim sadržajima (bazeni, jacuzzi, sauna) s ciljem jačanja brenda Jastrebarskog i unificirane ponude

Promocija: Jaskanskih Ruža i Dana vina – vinski grad Zagreb

Usavršavanje: Edukacija VERN – upravljanje destinacijom

Manifestacija: 28.6. Žumberak trail u perivoju dvorca Erdody

KOLOVOZ

Promocija: 22.8. Sudjelovanje na manifestaciji: Vino u tvrđi i posebna prezentacija Vinarije Režek

Manifestacija: 30.8. Kino na otvorenom u dvorištu obitelji Šamec Jurmanović

POKRENUTA KAMAPNJA VIDEO-DOKUMENTARNOG KARKTER OKO JASKE

PRIJAVA NA NATEJAČAJ MINSTARTVA TURIZMA I SPORTA ZA NAJBOLJU ODRŽIVU KONTINENTALNU DESTINACIJU

RUJAN

Manifestacija: 6.9. Kino na otvorenom na Plešivici

Promocija i manifestacija: 10.9. Diplomatska berba u vinariji Jagunić
Manifestacija: 13.9. Interreg Day u perivoju dvorca Erdody
Promocija: 19.9. Press konferencija za medije za Dane vina uz tri vinske radionice u hotelu Esplanada
Manifestacija: 26.–28.9. Dani vina u perivoju dvorca Erdody
Promocija: 27.9. Dodjela nagrade najbolje kontinentalne destinacije u Hrvatskoj po izboru turističke
patrole Večernjeg lista u Dubrovniku
Suvenir i jačanje vinskog proizvoda: stoperi za pjenušce
Edukacija za ugostitelje

LISTOPAD

Promocija i manifestacija: 4.10. CRO Race + instalacija
Aktivnost direktora: 27.–28.10. Green Days u hotelu Princess
Uređenje grada: 28.10. Sadnja stabla – 10 stabla u suradnji s MO Donja Jaska i Hrvatskim šumarskim
institutom – financirano iz Fonda HTZ-a

STUDENI

Manifestacija: 7.-8. Sparkling wine fest, Hotel Princess
Manifestacija: 13.11. Dan grada
Manifestacija: 14.11. Besplatan koncert Petra Graše, Strossmayerov trg
Manifestacija: 15.11. Martinje, Strossmayerov trg
Promocija i proširenje kulturnog turističkog proizvoda: 19.11. Otvorenje muzeja
Promocija i aktivnost direktora: 20.–21.11. Sudjelovanje na Danima hrvatskog turizma
Uređenje grada povodom blagdana
Promocija i aktivnost direktora: Predavanje na Ekonomskom fakultetu – od čaše do lajkova: strategija
promocije Dana vina

PROSINAC

Manifestacija 5.12.2025. – 11.1. Winter Jaska na novoj lokaciji, pokraj sportskih terena u nekadašnjoj
vojarni
Manifestacija: 13.12. Advent kod Grkokatoličke crkve
Aktivnost direktora: 15.12. Donošenje Plana upravljanja destinacijom Jastrebarsko 2025.-2029.

KONFERENCIJE U JASTREBARSKOM

- Pregled održanih konferencija u Kongresnom centru Princess

SIJEČANJ	VELJAČA	OŽUJAK	TRAVANJ	SVIBANJ	LIPANJ
tvrtka + broj sudionika	tvrtka + broj sudionika	tvrtka + broj sudionika	tvrtka + broj sudionike	tvrtka + broj sudionike	tvrtka + broj sudionike
Panda Klim - 20	KRKA - 50	Panda Klim - 20	ROTO - 100	IBF - 90	Senzo Gym - 50
Takko - 35	Udruga gradova - 10	PERI - 30	Sportska zajednica - 70	Caparol - 10	Novatin - 15
ROX - 20	Crveni Križ - 50	CCC - 150	MITSUBUSHI - 150	ZG Županija - 100	TAKKO - 35
	OPEL - 50	Husqvarna - 130		VZZZ - 300	Salveo - 70
	KIK - 70	Elektorkovina - 100		Muller - 70	
	Asee Solutions - 20				
SRPANJ	KOLOVOZ	RUJAN	LISTOPAD	STUDENI	PRISINAC
tvrtka + broj sudionika	tvrtka + broj sudionika	tvrtka + broj sudionika	tvrtka + broj sudionike	tvrtka + broj sudionike	tvrtka + broj sudionike
Salveo - 70	x	Caparol - 10	Caparol - 21	HSSG - 40	Karate Savez - 100
Caparol - 10		Karate Savez - 10	Udruga gradova - 10	SWF - cca 400	Udruženje obrtnika - 150
		Kinološki Klub - 20		Senzogym - 50	Caparol - 10
				HŠI - 150	Dječji Vrtić - 70
				Kaufland - 200	Crveni Križ - 50
				Grad Jastrebarsko - cca 400	HSS - cca 300

Analiza održanih konferencija u Kongresnom centru Princess u Jastrebarskom pokazuje da se tijekom godine održava značajan broj poslovnih i stručnih događanja, što potvrđuje važnost Jastrebarskog kao destinacije za razvoj kontinentalnog i kongresnog turizma. Prema dostupnim podacima, tijekom godine održane su ukupno 42 konferencije s procijenjenim ukupnim brojem od oko 3600 do 3700 sudionika.

Promatrajući raspored događanja po mjesecima, vidljivo je da je aktivnost raspoređena tijekom cijele godine, ali uz izraženu sezonalnost koja je tipična za kongresni turizam. U siječnju su održane tri konferencije s ukupno 75 sudionika (Panda Klim, Takko i ROX). Veljača bilježi povećanje aktivnosti sa šest događanja i oko 250 sudionika, među kojima su konferencije tvrtke KRKA, Opela, KIK-a, Asee Solutionsa te događanja u organizaciji Crvenog križa i Udruge gradova.

U ožujku je održano pet konferencija s ukupno oko 430 sudionika, među kojima se posebno ističu događanja tvrtki CCC (150 sudionika) i Husqvarna (130 sudionika). Travanj bilježi dva događanja s ukupno oko 170 sudionika, dok je svibanj jedan od značajnijih mjeseci s četiri konferencije i oko 500 sudionika. U tom se mjesecu posebno ističe događanje VZZZ-a s oko 300 sudionika te konferencije IBF-a, Zagrebačke županije i Caparola.

U lipnju su održane četiri konferencije s ukupno oko 170 sudionika (Senzo Gym, Novatin, Takko i Salveo). Tijekom srpnja održana su dva događanja sa 80 sudionika (Salveo i Caparol), dok u kolovozu nije zabilježeno održavanje konferencija, što je uobičajeno zbog razdoblja godišnjih odmora.

Aktivnosti ponovno rastu u jesenskom razdoblju. U rujnu su održana tri događanja s oko 40 sudionika, uključujući Caparol, Karate savez i Kinološki klub. Listopad bilježi dva događanja s oko 31 sudionikom. Najintenzivniji mjesec u godini je studeni, kada je održano šest konferencija s ukupno oko 1240 sudionika. Među najvećim događanjima ističu se konferencije organizacija SWF i Grad Jastrebarsko s oko 400 sudionika svaka, zatim Kaufland s oko 200 sudionika te HŠI s oko 150 sudionika.

U prosincu je održano pet događanja s približno 670 sudionika. Najveće su konferencije Karate saveza (100 sudionika), Udruženja obrtnika (150 sudionika) i HSS-a s oko 300 sudionika, uz dodatna događanja Caparola, Crvenog križa i Dječjeg vrtića.

Analiza strukture organizatora pokazuje da najveći broj događanja organiziraju privatne tvrtke i korporacije poput Caparola, Mitsubishi-ja, Takka, Husqvarne, Mullera i Kauflanda. Uz njih značajnu ulogu imaju javne institucije i organizacije poput Zagrebačke županije, Grada Jastrebarskog, Crvenog križa i Udruge gradova, kao i udruge i savezi poput Karate saveza, Kinološkog kluba i Udruženja obrtnika.

Zaključno, Kongresni centar Princess u Jastrebarskom pokazuje stabilnu i raznoliku kongresnu aktivnost s velikim brojem poslovnih i institucionalnih događanja. Posebno se ističu proljetni i jesenski mjeseci, dok je ljetno razdoblje slabije zbog sezonalnosti poslovnih događanja. Podaci potvrđuju da Jastrebarsko ima značajan potencijal za daljnji razvoj kongresnog i poslovnog turizma u kontinentalnom dijelu Hrvatska.

Informiranje i istraživanje

SIGNALIZACIJA PLEŠIVIČKA VINSKA CESTA

U siječnju smo, nakon intenzivnih i dugogodišnjih pregovora sa Zagrebačkom županijom, uspjeli realizirati postavljanje nove turističke signalizacije za vinarije i restorane koji su dio Plešivičke vinske ceste. Cjelokupni trošak izrade prometnog elaborata, pribavljanja potrebnih dozvola, izrade same signalizacije te njezine postave financirala je Zagrebačka županija. Na taj smo način, bez ulaganja vlastitih sredstava, dobili novu i kvalitetnu signalizaciju koja značajno olakšava snalaženje posjetitelja na području Plešivice, a ujedno predstavlja i važan promotivni iskorak koji će dugoročno imati pozitivan učinak na vidljivost i prepoznatljivost Plešivičke vinske ceste.

Direktorica turističke zajednice svakodnevno pruža informacije posjetiteljima turističko informativnog centra, kontinuirano brine o kanalima komunikacije turističke zajednice;

- službena internetska stranica turističke zajednice
- društvene mreže turističke zajednice
- aplikacije
- pod stranice – FPJ, DV
- internetska stranica projekta kulTura

Nadalje, prije, za vrijeme i nakon svake manifestacije turistička zajednica prenosi informacije o navedenim putem medija. Tako je i u 2025. godini započeta dva vrlo važan projekta jačanja vidljivosti Jastrebarskog i predstavljanja turističkih sadržaja.

OKO JASKE

Tijekom 2025. godine izrađen je koncept video kampanje pod radnim nazivom „OKO Jaske“, s ciljem povećanja vidljivosti i prepoznatljivosti Turističke zajednice Jastrebarsko te jačanja brenda destinacije na digitalnim kanalima. Projekt je usmjeren na sustavno pozicioniranje Jastrebarskog kao atraktivne destinacije koja objedinjuje prirodu, kulturu, eno-gastronomiju i događanja, uz naglasak na suvremeni, vizualno snažan i emotivan pristup komunikaciji.

Projekt nosi naziv „Oko Jaske“, simbolično povezujući dvostruko značenje riječi „oko“ – kao pogled koji otkriva i promatra ljepote destinacije te kao prostorni pojam koji obuhvaća Jasku i njezina okolna sela.

Kampanja je koncipirana kao cjelogodišnji video serijal koji kroz tematske cjeline predstavlja ključne adute destinacije. Obuhvaćene su teme prirode i outdoor sadržaja (Japetić, Sveta Jana, biciklističke i adrenalinske aktivnosti), kulturne i tradicijske baštine (vinari, mlin u Svetoj Jani, bačvarska radionica, lokalna povijest), eno-gastro ponude (Plešivica, vinarije, berba, restorani, OPG-ovi) te društvenih i lifestyle događanja.

Predviđen je format epizoda trajanja do deset minuta za YouTube kanal, iz kojih se dodatno produciraju kraći vertikalni video formati prilagođeni društvenim mrežama (Instagram, Facebook, TikTok). Na taj se način osigurava višekanalna prisutnost i maksimalno iskorištavanje snimljenog materijala. Svaki video sadržava jasnu identifikaciju lokacije, osnovne informacije o pristupu i dodatne zanimljivosti (fun facts), uz nenametljiv poziv na posjet destinaciji.

Poseban naglasak stavljen je na storytelling pristup, kvalitetnu produkciju (dron, filmski kadrovi, dinamična montaža), uključivanje lokalnih sugovornika te stvaranje emotivne povezanosti gledatelja s destinacijom. Kroz human touch element – voditelja ili naratora – sadržaj postaje osobniji i pristupačniji različitim ciljnim skupinama, uključujući obitelji, mlade, ljubitelje vina i gastronomije, kao i strane goste.

Strategija kampanje temelji se na konzistentnoj objavi sadržaja tijekom cijele godine, s ciljem povećanja dosega, angažmana i prepoznatljivosti na društvenim mrežama. Modularni koncept (jedna duža epizoda iz koje se generira više kraćih formata) omogućuje kontinuiranu komunikaciju, optimizaciju sadržaja za različite platforme te dugoročnu izgradnju identiteta destinacije.

Projekt predstavlja strukturirani, suvremeni i višekanalni pristup digitalnoj promociji, usmjeren na jačanje brenda Jastrebarskog kao destinacije prirode, vina, tradicije i autentičnih doživljaja.

Izrađena je web stranica po kojoj će se pratiti aktivnosti [Multimedijalna priča Jastrebarskog | Oko Jaske](#)

RESTORANI JASKE X PUTNI KOFER

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica grada Jastrebarskog pokrenula je suradnju s portalom Putni Kofer na projektu promocije gastronomske ponude Jastrebarskog i Plešivice pod nazivom „Restorani u Jastrebarskom i na Plešivici“.

Projekt je usmjeren na sustavnu promociju lokalne eno-gastro scene kroz autentične novinarske priče, profesionalne fotografije i digitalnu distribuciju sadržaja. U sklopu projekta planiran je obilazak 17 odabranih restorana, uz razgovore s vlasnicima i chefovima te predstavljanje njihovih kulinarskih filozofija, specijaliteta i osobnih priča.

Glavni ciljevi projekta su pozicioniranje Jastrebarskog i Plešivice kao prepoznatljive i atraktivne eno-gastro destinacije, povećanje interesa posjetitelja te pružanje dodatne vidljivosti lokalnim ugostiteljima. Kroz objave na portalu Putni Kofer i pripadajućim društvenim mrežama promoviraju se jedinstveni okusi, ambijenti i doživljaji restorana, čime se potiče dolazak novih gostiju i jača imidž destinacije.

Projekt uključuje izradu autorskih reportaža za svaki restoran, profesionalno fotografiranje jela, interijera i chefova te pripremu sažetih tekstova prilagođenih potrebama službene brošure Turističke zajednice. Na taj se način stvara trajna promotivna vrijednost kroz kvalitetne tekstualne i vizualne materijale koji se mogu koristiti u digitalnim i tiskanim komunikacijskim kanalima.

Ovim projektom Turistička zajednica dodatno osnažuje suradnju s lokalnim ugostiteljima, promovira autentičnu gastronomsku ponudu te dugoročno gradi identitet Jastrebarskog kao destinacije vrhunskih restorana, vina i tradicijskih okusa.

TEMA	PERIOD OBJAVE	GASTRO NATIVE / STANDARD NATIVE	FB PRIKAZI / VIEWS	
Vinarke Plešivica	Ožujak	STANDARD NATIVE	111.001	https://putnikofer.hr/kultura-i-zivot/plesivicke
Jana voda	Ožujak	STANDARD NATIVE	57.840	https://putnikofer.hr/ekologija/voda-u-jastrebar
Pizzeria Kora	Ožujak	GASTRO NATIVE	239.402	https://putnikofer.hr/hrana-i-recepti/pizzeria-kora
Pri kapeli izletište	Travanj	GASTRO NATIVE	342.991	https://putnikofer.hr/hrana-i-recepti/izletiste-pri-kapeli
Pjenušci za početnike (intervju Korak)	Travanj	STANDARD NATIVE	128.173	https://putnikofer.hr/hrana-i-recepti/josip-korak
Festival pjenušaca i jagoda (lokacije native)	Svibanj	STANDARD NATIVE	35.411	https://putnikofer.hr/preporuke/festival-pjenušaca
Kazalište u Jastrebarskom	Svibanj	STANDARD NATIVE	47.053	https://putnikofer.hr/kultura-i-zivot/zis-festival
Restoran Karlo	Lipanj	GASTRO NATIVE	632.044	https://putnikofer.hr/gastrokofe/price/restoran-karlo
Restoran Ivančić	Srpanj	GASTRO NATIVE	368.602	https://putnikofer.hr/gastrokofe/price/restoran-ivančić
Dani vina	Rujan	STANDARD NATIVE	88.741	https://putnikofer.hr/aktualnosti/dani-vina-u-jastrebar
Najbolji grad kontinentalne Hrvatske	Listopad	STANDARD NATIVE	95.777	https://putnikofer.hr/aktualnosti/grad-jastrebar
Sparkling wine fest	Studenj	STANDARD NATIVE	61.705	https://putnikofer.hr/aktualnosti/sparkling-wine
Princess hotel restoran	Studenj	GASTRO NATIVE	149.787	https://putnikofer.hr/gastrokofe/price/restoran-princess
Pjenušci uoči Nove godine	Prosinac	STANDARD NATIVE	41.547	https://putnikofer.hr/preporuke/najbolji-grad

Analiza objava realiziranih u suradnji Turističke zajednice grada Jastrebarskog i portala Putni Kofer pokazuje sustavnu promociju destinacije kroz teme gastronomije, vina, prirode, kulture i događanja tijekom gotovo cijele godine. Ukupno je objavljeno 14 tematskih članaka, a prema dostupnim podacima ostvareno je više od 2,39 milijuna Facebook prikaza (views), što ukazuje na značajan digitalni doseg i vidljivost destinacije Jastrebarsko na nacionalnoj razini.

Objave su započele u ožujku, kada su objavljena tri članka: o plešivičkim vinarkama (111.001 prikaz), o vodi i prirodnim resursima Jastrebarskog kroz priču o vodi Jana (57.840 prikaza) te o gastronomiji kroz predstavljanje pizzerije Kora, koja je ostvarila vrlo visok doseg od 239.402 prikaza. Već u prvom mjesecu kampanje vidljivo je da gastro teme postižu veći interes publike.

U travnju su objavljena dva članka. Izletište Pri Kapeli ostvarilo je 342.991 prikaz, što ga svrstava među najuspješnije objave u kampanji, dok je edukativni intervju o pjenušcima s Josipom Korakom ostvario

128.173 prikaza. Ove objave dodatno potvrđuju snažan interes publike za gastronomiju i vinsku kulturu Plešivice.

U svibnju su objavljene dvije teme povezane s događanjima i kulturom: vodič kroz vinarije povodom Festivala pjenušaca i jagoda (35.411 prikaza) te članak o kazališnim događanjima u Jastrebarskom (47.053 prikaza). Iako imaju nešto manji broj prikaza, ove objave imaju važnu funkciju u promociji manifestacija i kulturne ponude destinacije.

Tijekom lipnja i srpnja fokus promocije bio je na gastronomiji Plešivice. Članak o restoranu Karlo ostvario je najveći doseg u cijeloj kampanji – čak 632.044 prikaza, dok je članak o restoranu Ivančić ostvario 368.602 prikaza. Ovi rezultati jasno pokazuju da sadržaj vezan uz gastronomiju i autentična lokalna iskustva generira najveći interes publike.

U rujnu je objavljen članak o manifestaciji Dani vina, koji je ostvario 88.741 prikaz, dok je u listopadu članak o Jastrebarskom kao najboljem gradu kontinentalne Hrvatske ostvario 95.777 prikaza, čime je dodatno ojačan imidž destinacije.

U studenom su objavljena dva članka: o manifestaciji Sparkling Wine Fest (61.705 prikaza) te o restoranu hotela Princess (149.787 prikaza). Ponovno se potvrđuje da gastro sadržaj ostvaruje znatno veći doseg od informativnih ili događajnih tema.

Kampanja je zaključena u prosincu člankom o pjenušcima uoči Nove godine, koji je ostvario 41.547 prikaza, čime je dodatno naglašena vinska tradicija Plešivice u kontekstu blagdanskog razdoblja.

Ako se sadržaj promatra prema vrsti objava, vidljivo je da su gastro native članci ostvarili najveći broj pregleda, posebno oni koji predstavljaju restorane i izletišta na Plešivici. Najuspješniji među njima su restoran Karlo, restoran Ivančić te izletišta Pri Kapeli. S druge strane, standard native članci imaju važnu ulogu u promociji događanja, identiteta destinacije i vinske kulture, iako u prosjeku ostvaruju nešto manji broj prikaza.

Zaključno, analiza pokazuje da digitalna promocija Jastrebarskog putem portala Putni Kofer postiže vrlo dobar doseg i vidljivost. Najveći interes publike izazivaju teme vezane uz gastronomiju, restorane i vinsku kulturu Plešivice, dok manifestacije, kulturna događanja i opće destinacijske teme doprinose cjelovitom brendiranju Jastrebarskog kao atraktivne kontinentalne turističke destinacije.

PREGLED PR IZVJEŠATAJA ZA 2025. GODINU

Tablica prikazuje pregled svih medijskih objava vezanih uz aktivnosti Turističke zajednice tijekom 2025. godine. Evidentirano je ukupno **236 objava** u tiskanim, televizijskim i radijskim medijima, uz navođenje medija, vrste medija, rubrike ili emisije te naslova objave. Pregled omogućuje uvid u opseg, strukturu i distribuciju PR aktivnosti te vidljivost destinacije u nacionalnim i regionalnim medijima.

	MEDIJ	VRSTA MEDIJA	RUBRIKA/EMISIJA	NASLOV
3.1.2025.	HTV 2	TELEVIZIJA	FINO I VINO	VINARIJE HRVATSKE
3.1.2025.	HTV 4	TELEVIZIJA	HRVATSKA DANAS ZAGREB	ODLIČNI TURISTIČKI REZULTATI U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJI
3.1.2025.	Z1		ZIP	ZAGREBAČKA ŽUPANIJA BILJEŽI ODLIČNE REZULTATE U TURIZMU U 2024. GODINI, JASTREBARSKO JE PRIVUKLO 20 POSTO GOSTIJU ZAHVALJUJUĆI VINORODNOM KRAJU
3.1.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	AKTUALNO	REKORDNA TURISTIČKA 2024. U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJI
9.1.2025.	VG DANAS	TISAK	GRAD VELIKA GORICA	VELIKA GORICA NAJPOSJEĆENIJA DESTINACIJA U 2024.
9.1.2025.	RADIO SLJEME	RADIO	ZAGREBAČKI DNEVNIK	PROJEKT UPOZNAJ SVOJU ZEMLJU
10.1.2025.	Z1	TELEVIZIJA	ZIP	U SKLOPU PROJEKTA UPOZNAJ SVOJU ZEMLJU, TURISTIČKA ZAJEDNICA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE POZIVA NA SUDJELOVANJE NA BESPLATNO VOĐENIM TURAMA PO JASTREBARSKOM I SAMOBORU
12.1.2025.	MEDIA SERVIS	RADIO	VIJESTI PLUS	ZAGREB I ZAGREBAČKA ŽUPANIJA PROŠLU GODINU ZAKLJUČUJU S REKORDNIM TURISTIČKIM BROJKAMA. OSIM ZAGREBA, ISTAKNULI SU SE GRAD JASTREBARSKO TE SAMOBOR
13.1.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	ZAGREBAČKI PRSTEN	RAZGOVOR S GRADONAČELNIKOM JASTREBARSKOG
13.1.2025.	HTV 4	TELEVIZIJA	EKO ZONA	OBNOVA DVORCA ERDODY
14.1.2025.	OTV	TELEVIZIJA	SERBUS ZAGREB	ZAGREBAČKA ŽUPANIJA BILJEŽI ODLIČNE REZULTATE U TURIZMU, JASTREBARSKO JE VERIFICIRANA MICHELINOVA DESTINACIJA PUTEM RESTORANA KORAK
14.1.2025.	TURIZAM INFO	TISAK	VINO	VINSKA KARTA 2025.
14.1.2025.	TURIZAM INFO	TISAK	VINO	VINA VRIJEDNA PAŽNJE U 2025.
15.1.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	U 2024. ZABILJEŽENO 14% VIŠE TURISTIČKIH DOLAZAKA I NOĆENJA NEGO GODINU PRIJE
30.1.2025.	GLORIA	TISAK	PRIČE	MOJ OPROŠTAJ OD HRVATSKE
12.02.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	POČINJE IZGRADNJA ATLETSKE STAZE, IGRALIŠTA S UMJETNOM TRAVOM, TERENA ZA BADMINTON
13.02.2025.	VIJENAC	TISAK	MATICA HRVATSKA	NERASKIDIVA VEZA JASKE, KRAŠIŽČA I STEPINCA
13.02.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	VIJESTI	URUČENI UGOVORI ZA ULAGANJE U SPORT I SPORTSKU INFRASTRUKTURU OD STRANE VLADE I MINISTARSTVA TURIZMA
15.02.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	MAGAZIN	MUŠKARCI VIŠE PIJU VINO OD ŽENA, ALI ŽENE BIRAJU. ZNATE, NIJE NEVAŽNO KAKO BOCE VINA IZGLEDAJU
19.02.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	VRHUNSKI UVJETI ZA TRENIRANJE, A OMOGUĆIT ĆE SE ORGANIZACIJA NATJECANJA
20.02.2025.	GLAS SLAVONIJE	TISAK	NOVOSTI	BARANJU PREDSTAVIO DRAGULJ VINARIJE JOŠIĆ
23.2.2025..	JUTARNJI LIST	TISAK	DOBRA HRANA	LAGRADI - KAD POJAM VRIJEDNOST ZA NOVAC IMA PUNI SMISAO

27.2.2025.	JUTARNJI LIST - LIKE! PUTOVANJA	TISAK	/	U HARMONIJU S PRIRODOM I TRADICIJOM U ZELENOM SRCU HRVATSKE - ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJU
28.02.2025.	GLAS ISTRE	TISAK	ISTARSKA ZIMA	U ZNAKU VRHUNSKIH KULINARSKIH RADIONICA
1.3.2025.	OTV	TELEVIZIJA	SERBUS ZAGREB	MANIFESTACIJE VIA VINO I DANI PJENUŠCA I JAGODA PROMOVIRAJU PLEŠIVICU I JASTREBARSKO
1.3.2025.	VINSKE ZVIJEZDE	TISAK	O CJENJIVANJE VINA	PJENUŠAVA VINA
6.3.2025.	HTV 2	TELEVIZIJA	FINO I VINO	SKI I WINE FEST NA SLJEMENU
7.3.2025.	POSLOVNI DNEVNIK	TISAK	/	DAVORIN ŠTETNER - ZAŠTO VOLIM
10.3.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DOBRO JUTRO HRVATSKA	RAZVOJ KONTINENTALNOG TURIZMA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJU
12.3.2025.	HTV 4	TELEVIZIJA	HRVATSKA DANAS ZAGREB	RADOVI NA OBNOVI ZGRADE GRADSKOG MUZEJA JASTREBARSKO
12.3.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DOBRO JUTRO HRVATSKA	PLAC MLJAC U JASKI
13.3.2025.	ZADARSKI LIST	TISAK	PLODOVI ZEMLJE I MORA	OBITELJSKA TRADICIJA KOJA OSVAJA I SRCA I NEPCA
16.3.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	N2	PLEŠIVICA ĆE BITI 100% EKOLOŠKA
17.3.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	/	TRI MICHELINOVE ZVJEZDICE U ROVINJ PRIVLAČE GOSTE DUBLJEG DŽEPA
17.3.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	HRVATSKA U STRUČNOSTI U VINOGRADIMA NAŽALOST ZAOSTAJE ZA VAŽNIM EUROPSKIM REGIJAMA
17.3.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	AKO POGRIJEŠIMO U VINOGRADU, GREŠKE SE NE MOGU POPRAVITI POTEZIMA U PODRUMU
17.3.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	DANIELA KRAMARIĆ: VESELI ME ŠTO NAJBOLJA HRVATSKA VINA ZAISTA NASTAJU U VINOGRADU. EVO PRIMJERA
17.3.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	ŠEMBERI
17.3.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	FRANJO KOLARIĆ: U TEŠKOJ GODINI 2023. SPASILI SMO VINOGRAD PRSKANJEM PRIJE CVATNJE
17.3.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	MARCO KRSTIČIĆ: CILJ NAM JE U GROŽĐU POSTIĆI OPTIMALAN ODNOS KONCENTRACIJE, PH, ŠEĆERA I KISELINA
17.3.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	OBITELJ CMRECNJAK: EKO PROIZVODNJA JEST BUDUĆNOST, ALI BAKAR NA KOJEM SE TEMELJE MNOGI EKOLOŠKI PRIPRAVCI VRLO TEŠKO OPTEREĆUJE ZEMLJU
25.03.2025.	TREND TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK	PROJEKTIRANA NOVA VIZURA STROSSMAYEROVOG TRGA U JASTREBARSKOM
26.03.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	TRG OBLIKOVAN PREMA ŽELJAMA GRAĐANA STRUKA UKLOPILA U CJELINU
28.3.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	POSEBAN PRILOG	ZAGREBAČKA ŽUPANIJA NE NUDI SAMO TURISTIČKE ATRAKCIJE, VEĆ DOŽIVLJAJ
29.03.2025.	KAJKAVSKE KRONIKE	TISAK	LIFESTYLE	U ZAGREBU PREDSTAVLJENA NOVA VINA 'BREGOVITE HRVATSKE'
30.03.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	DOBRA HRANA	BREG PREMIER: SLABA BERBA U BREGOVITOJ HRVATSKOJ IPAK JE DALA I NEKA VRLO DOBRA VINA

1.4.2025.	ZAGORSKI LIST	TISAK	PANORAMA	ZAGORJE JE NAJVIŠE NAPREDOVALO U VINOGRADU I PODRUMU
2.4.2025.	LOKALNA HRVATSKA	TISAK	/	OUTDOOR SPEKTAKL U SRCU PRIRODE
5.4.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DOBRO JUTRO HRVATSKA	IZLOŽBA PRIGORSKIH I POKUPSKIH NARODNIH NOŠNJI U TZ GRADA JASTREBARSKOG
6.4.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK NOVE TV	ZAGREB JE PREBUKIRAN ZA THOMPSONOV KONCERT, SMJEŠTAJ SE TRAŽI ČAK I U KRUGU OD 40 KILOMETARA
8.4.2025.	JUTARNJI LIST - NEXT 25	TISAK	/	GENERACIJA Z MANJE PIJE? PA NISAM BAŠ SIGURAN...
9.4.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	NA SMOTRI NAGRADE ZA NAJBOLJI TEKST I GLAVNU MUŠKU ULOGU
10.4.2025.	JUTARNJI LIST - DOBRA HRANA	TISAK	/	KRISTIJAN HARJAČ
10.4.2025.	JUTARNJI LIST - DOBRA HRANA	TISAK	/	PRVI SMO PROBALI PASSION WEEK DEGUSTACIJSKI MENI U DUBRAVKINOM PUTU
10.4.2025.	JUTARNJI LIST - DOBRA HRANA	TISAK	/	DOBRI DUH ISTARSKOG VINARSTVA
22.4.2025.	NACIONAL	TISAK	GASTRO&WINE	LJUBAV OCA DALMATINCA I MAJKE TUROPOLIKE PRETOČENA NA TANJUR
22.4.2025.	NACIONAL	TISAK	GASTRO&WINE	OTKRIJTE ČARI PLEŠIVICE NA JEDINSTVENOM FESTIVALU PJENUŠACA I JAGODA
25.4.2025.	POSLOVNI DNEVNIK	TISAK	/	CRNI PINOT: TAJNA NAJSKUPLJEG VINA NA SVIJETU
27.4.2025.	HR 1	RADIO	DNEVNE NOVOSTI	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ POSJETIO MANIFESTACIJU CVJETNA JASKA
27.4.2025.	HR 1	RADIO	AKTUALNO U 17	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ POSJETIO MANIFESTACIJU CVJETNA JASKA
27.4.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DNEVNIK 3	KANDIDAT ZA ZAGREBAČKOG ŽUPANA MIHAEL ZMAJLOVIĆ OBIŠAO JE JASKANSKI SAJAM CVIJEĆA
27.4.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DNEVNIK HTV1	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ POSJETIO JASKANSKI SAJAM CVIJEĆA
27.4.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK NOVE TV	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ POSJETIO MANIFESTACIJU CVJETNA JASKA
28.4.2025.	24 SATA	TISAK	24 SATA	OSMIJEH SU IZMAMILE I ZOKIJU
29.4.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	/	ATRAKTIVNI SKOKOVI I ZVIJERI NA ČETIRI KOTAČA U SRCU, ADRENALIN U KRVI
4.5.2025.	NOVI LIST	TISAK	NOVOSTI	ŠKRLET SU POZNAVALI JOŠ RIMLJANI, A DANAS GA VOLE I KINEZI
7.5.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	ERDODYJEVI LUSTERI - INSIRATIVNA POVEZNICA S LOKALNOM POVIJEŠĆU
8.5.2025.	HTV 4	TELEVIZIJA	HRVATSKA DANAS ZAGREB	PESTIVAL PJENUŠACA I JAGODA ŠESTI PUT ODRŽAT ĆE SE NA ČAROBNOJ PLEŠIVICI
9.5.2025.	LIBERTAS TV	TELEVIZIJA	VIJESTI LIBERTAS TV	NAJAVA FESTIVAL PJENUŠACA I JAGODA
10.5.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	ZAGREB	KOMBINACIJE PJENUŠACA I JAGODA OPET MAME NA PLEŠIVICU
13.5.2025.	VINSKE ZVIJEZDE	TISAK	/	RUŽIČASTA VINA
13.5.2025.	VINSKE ZVIJEZDE	TISAK	/	SREDNJOVJEKOVNO VINOGRADARSTVO U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ
14.5.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	VIKTOR DVANAJČAK

14.5.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	SAMOBORSKO GORJE OŽIVLJAVA PRVE KORAKE HRVATSKIH PLANINARA
14.5.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	OBITELJ ŠEMBER
14.5.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	NIKAKVI PODRUMSKI POSTUPCI NE MOGU NAPRAVITI DOBRO VINO OD LOŠEG GROŽĐA
14.5.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	NAJVAŽNIJI POJEDINI ELEMENT U PODRUMSKOM SEGMENTU PROIZVODNJE VINA JEST LIJEPA, OKRUGLA, VELIKA I BISTRA VINSKA ČAŠA
14.5.2025.	GODIŠNJI VINSKI IZVJEŠTAJ KULTA PLAVE KAMENICE	TISAK	/	FRANJO KOLARIĆ
15.5.2025.	HTV 2	TELEVIZIJA	FINO I VINO	PREDSTAVLJANJE PROGRAMA FESTIVALA PJENUŠACA I JAGODA NA PLEŠIVICI
20.5.2025.	HTV 4	TELEVIZIJA	HRVATSKA DANAS ZAGREB	PET POLJSKIH INFLUENCERA ISTRAŽUJE SAMOBOR, IVANIĆ-GRAD I JASTREBARSKO
20.5.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	REGIONALNI DNEVNIK	PET POLJSKIH INFLUENCERA ISTRAŽUJE SAMOBOR, IVANIĆ-GRAD I JASTREBARSKO
23.5.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DNEVNIK HTV1	EUROPSKI POVJERENIK OBIŠAO VINARIJE NA PLEŠIVICI
23.5.2025.	GLORIA PUTOVANJE	TISAK	/	LUKSUZ S MIRISOM ŠUME, OKUSOM VINA I TOPLINOM LJUDSKOSTI
23.5.2025.	HTV 4	TELEVIZIJA	HRVATSKA DANAS ZAGREB	GOSTOVANJE PETRE MASNEC POVODOM FESTIVALA PJENUŠACA I JAGODA U ZAGREBU
23.5.2025.	RTL	TELEVIZIJA	RTL DANAS U 16:30	POVJERENIK EUROPSKE KOMISIJE ZA POLJOPRIVREDU I HRANU CHRISTOPHE HANSEN DVODNEVNI POSJET HRVATSKOJ ZAVRŠIO JE OBILASKOM VINARIJE NA PLEŠIVICI
24.5.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK NOVE TV	PLEŠIVICA JE PONOVRNO DOMAĆIN FESTIVALA KOJI SLAVI PJENUŠAC I JAGODE
26.5.2025.	TREND TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK	PLEŠIVIČKI VINARI ORGANIZIRALI VEĆ TRADICIONALNI FESTIVAL PJENUŠACA I JAGODA
26.5.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	ZAGREB	JASTREBARSKO - VINO IM JE PROSLAVIO FRANJO ŠAFRANEK U KULTNOJ SCENI KOD ŽNIDARŠIĆA
27.5.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	TURISTIČKA PATROLA	HRVATSKI CHAMPAGNE, GRAD S NADIMKOM, TITULU SLAVI UZ PJENUŠAC I JAGODE
28.5.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	NA FESTIVALU JAGODA, VRHUNSKI PJENUŠCI I PRIČE IZ VINOGRADA
28.5.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	U VILI ALLNOCH OTVORENA IZLOŽBA POSVEĆENA PLANINARSTVU U HRVATSKOJ
29.5.2025.	TREND TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK	FESTIVAL ŽIVOT I SMIJEH U JASTREBARSKOM
29.5.2025.	HTV 2	TELEVIZIJA	FINO I VINO	VIKEND MJEHURIĆA I JAGODA NA PLEŠIVICI
11.6.2025.	OTV	TELEVIZIJA	SERBUS ZAGREB	ZAGREBAČKA ŽUPANIJA JE DO SADA UGOVORILA 126 PROJEKATA OBNOVE UKUPNE VRIJEDNOSTI 51 MILIJUN EURA, OBNOVLJEN JE MUZEJ U JASTREBARSKOM
11.6.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	OD VINA DO FIŠIJADE - ŽUPANIJA PODRŽAVA 36 MANIFESTACIJA

11.6.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	FESTIVAL ŽIS DOKAZ JE DA KVALITETAN PROGRAM IMA SVOJU PUBLIKU
11.6.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	LJETO U JASKI DONOSI KONCERTE, ZABAVNI PARK, ŽUMBERAK TRAIL
15.6.2025.	GOSPODARSKI LIST	TISAK	/	FESTIVAL PIJENUŠACA I JAGODA
16.6.2025.	SLOBODNA DALMACIJA	TISAK	NOVOSTI	UVOZ 'UBIJA' PREPOLOVLJENE SU POVRŠINE POD LOZOM, A MLADI NE ŽELE U VINOGRAD
17.6.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	NOVAC	VINARI NA KONTINENTU SADE HIBRIDNE SORTE VINOVE LOZE
18.6.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	DODIJELJENE NAGRADE TURISTIČKE ZAJEDNICE RUŽA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE
20.6.2025.	JA TRGOVAC		TRENDOVI	SLABA INFORMIRANOST O PJENUŠAVIM VINIMA
27.6.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	/	NAJBOLJI ĆE IMATI PRILIKU OSVOJITI GOLDEN TICKET ZA SVJETSKO FINALE
28.6.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	VIJESTI MREŽA TV	OBNOVA DVORCA ERDODY U JASTREBARSKOM NAPREDUJE PREMA PLANU
28.6.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	VIJESTI MREŽA TV	U JASTREBARSKOM JE PO PRVI PUTA ODRŽAN PROGRAM KREATIVNA KULTURA
30.6.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	VIJESTI	GRAD JASTREBARSKO BIO JE DOMAĆIN SALOMON ŽUMBERAK TRAILA
30.6.2025.	OTV	TELEVIZIJA	SERBUS ZAGREB	JASTREBARSKO I PARK PRIRODE ŽUMBERAK, SAMOBORSKO GORJE BILI SU EPICENTAR TRAIL UTRKE SALOMON ŽUMBERAK TRAIL 2025.
1.7.2025.	DOBRA KOB	TISAK	/	KAPELICA SV. HUBERTA SIMBOL HRVATSKOSLOVENSKEG PRIJATELJSTVA KOJE TRAJE 44 GODINE
1.7.2025.	NACIONAL	TISAK	GASTRO&WINE	TOP 10 KUĆA ZA ODMOR, OPUŠTANJE I BIJEK OD GRADSKE VREVE U SRCU ZAGREBAČKE ŽUPANIJE
2.7.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	TURISTIČKA ZAJEDNICA URUČILA OZNAKE "VAŠ DOMAĆIN"
2.7.2025.	24 SATA	TISAK	ŽIVOT	NOVE MICHELINOVE ZVJEZDICE STIGLE SU NAM U HRVATSKU
2.7.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	OUTDOOR SPEKTAKL: NA SALOMON ŽUMBERAK TRAILU 700 NATJECATELJA
2.7.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	AKTUALNO	ČETVRTA MICHELINOVA ZVJEZDICA ZA ROVINJ I PRVA SPLITU
2.7.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	J2	IMAMO DVA NOVA MICHELINA
2.7.2025.	NOVI LIST	TISAK	ZADNJA STRANICA	GABRIELI FILCA IZ RESTORANA NEBO BY DENI SRDOČ PRIZNANJE ZA CHEFA
3.7.2025.	POSLOVNI DNEVNIK	TISAK	AKTUALNO	SPLITSKI KRUG I ROVINJSKI CAP AUREO NOVI ČLANOVI OBITELJI MICHELIN
4.7.2025.	KARLOVAČKI TJEDNIK	TISAK	SPORT	NA ŽUMBERAK TRAILU SELJANU DRUGO MJESTO UKUPNO, CAR PRVI U STAROSNOJ KATEGORIJI
4.7.2025.	LIDER	TISAK	/	POREČ PONOVNO DOMAĆIN RUJANSKOG TUNALICIOS FESTIVALA
4.7.2025.	NOVI LIST	TISAK	OBZOR PETKOM	DRUGA SEZONA 'SLATKE KUCHARICE'

6.7.2025.	MEDIA SERVIS	RADIO	VIJESTI PLUS	NEKE OD NAJPOSJEĆENIJIH DESTINACIJA U ŽUPANIJU SVAKAKO JESU VELIKA GORICA, SVETA NEDJELJA, JASTREBARSKO, SAMOBOR
6.7.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	GASTRO	HRVATSKA SMO VINA UPARIVALI S BOSANSKOM I AZIJSKOM KUHINJOM, SAMO NE JOŠ S FILEKIMA I GRAHOM
6.7.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	GASTRO	PINOT CRNI 2022. VINARIJE AGRO DAMIR DRAGO REŽEK PROFINJENO JE LAGANO CRNO VINO
6.7.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	/	DINKO, GABRIELA I VERA - TRI LICA NOVE MICHELINOVE SCENE
7.7.2025.	DIVA STYLE	TISAK	/	IVANA ALILOVIĆ: OVDJE LIJETO IMA OKUS TRADICIJE I RITAM ODRŽIVOSTI
9.7.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	SLATKA KUJARICA	POSJET IMANJU SNJEŽANE JAGUNIĆ BLIZU JASTREBARSKOG
9.7.2025.	LOKALNA HRVATSKA	TISAK	/	ZAGREBAČKA ŽUPANIJA NA MICHELINOVOJ KARTI: RESTORANI KORAK I MON AMI PONOVRNO MEĐU NAJBOLJIMA
10.7.2025.	VINSKE ZVIJEZDE	TISAK	/	CRNA VINA
11.7.2025.	LIDER	TISAK	PREPORUKA	ROVINJSKI ČAP AUREO I SPLITSKI KRUG DOBILI MICHELINOVE ZVJEZDICE
11.7.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	TURIZAM.HRT	TURISTIČKA PONUDA JASTREBARSKOG
16.7.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	RESTORAN KORAK I MON AMI PONOVRNO MEĐU NAJBOLJIMA
23.7.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	ZADOVOLJNI GOSTI DALI UKUPNU OCJENU 94/100 U PRVOJ POLOVINI GODINE
25.7.2025.	NOVI LIST	TISAK	SPONZORIRANI SADRŽAJ	NE TREBA BITI UZ MORE DA BI SMJEŠTAJ BIO POPUNJEN
7.8.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	DOM I VRT	LOŠINJSKA KONOPA S NAJLJEŠOM TERASOM NA CIJELOM OTOKU
8.8.2025.	GLAS ISTRE	TISAK	PLODOVI ZEMLJE I MORA	ORANGE VINO - ZLATNA NIŠA VINARIJE JAGUNIĆ
14.8.2025.	POSAVSKA HRVATSKA	TISAK	/	ŠEST DANA ZA VINOLJUPCE
22.8.2025.	POSAVSKA HRVATSKA	TISAK	/	NA FESTIVALU IZLAGAT ĆE 20 VINARA „Vino u Tvrđavi Brod“
27.8.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	IN MAGAZIN	PROIZVODNJA BAČVI U JASTREBARSKOM
27.8.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK NOVE TV	POČELE BERBE GROŽĐA U JASKANSKOM KRAJU
27.8.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	DESTINACIJA OCJENJENA IZUZETNO VISOKOM OCJENOM ZADOVOLJSTVA, 95/100
31.8.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	NEDJELJNI2	PLEŠIVICA BEZ KEMIJE
1.9.2025.	HR 1	TELEVIZIJA	AKTUALNO U 17	DOBRA TURISTIČKA SEZONA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJU
4.9.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	PODNEVNI DNEVNIK	POČELA BERBA GROŽĐA NA PLEŠIVICI
10.9.2025.	HR 1	TELEVIZIJA	DNEVNE NOVOSTI	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ DOMAĆIN DESETE BERBE GROŽĐA NA PLEŠIVICI KOD JASTREBARSKOG
10.9.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	VIJESTI U 17	ODRŽANA 10. DIPLOMATSKA BERBA U JASTREBARSKOM
10.9.2025.	HR 1	TELEVIZIJA	KRONIKA DANA	ODRŽANA 10. DIPLOMATSKA BERBA

10.9.2025.	HR 1	TELEVIZIJA	AKTUALNO U 17	DIPLOMATSKA BERBA GROŽĐA NA PLEŠIVICI
10.9.2025.	N1	TELEVIZIJA	PREGLED DANA	ODRŽANA DIPLOMATSKA BERBA
10.9.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DNEVNIK 3	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ KAO DOMAĆIN, SUDJELOVAO JE U DIPLOMATSKOJ BERBI NA PLEŠIVICI
10.9.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DNEVNIK HTV1	DIPLOMATSKA BERBA GROŽĐA NA PLEŠIVICI
10.9.2025.	HR 1	TELEVIZIJA	JUTARNJA KRONIKA	OVOGODIŠNJA 'DIPLOMATSKA BERBA' ODRŽAT ĆE SE U VINOGRADU VINARIJE JAGUNIĆ
10.9.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	VIJESTI MREŽA TV	ODRŽANA DIPLOMATSKA BERBA
10.9.2025.	RTL	TELEVIZIJA	RTL DANAS U 16:30	PREDSJEDNIK ZORAN MILANOVIĆ SUDJELOVAO JE U BERBI GROŽĐA, ORGANIZATOR DOGAĐAJA JE GRAD JASTREBARSKO
10.9.2025.	MEDIA SERVIS	TELEVIZIJA	VIJESTI PLUS	PREDSJEDNIK ZORAN MILANOVIĆ BIO JE DOMAĆIN DIPLOMATSKE BERBE ORGANIZIRANE U JASTREBARSKOM
10.9.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK NOVE TV	ODRŽANA 10. DIPLOMATSKA BERBA U JASTREBARSKOM
10.9.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	DNEVNIK NOVE TV	ODRŽANA 10. DIPLOMATSKA BERBA U JASTREBARSKOM UZ AKTUALNE POLITIČKE TEME
10.9.2025.	HR KNIN	RADIO	DNEVNIK RADIO KNINA	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ DOMAĆIN DESETE BERBE GROŽĐA NA PLEŠEVICI KOD JASTREBARSKOG
10.9.2025.	HR RADIO OSIJEK	RADIO	DNEVNIK RADIO OSIJEKA	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ DOMAĆIN DESETE BERBE GROŽĐA NA PLEŠEVICI KOD JASTREBARSKOG
10.9.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	VIJESTI U 14	DESETA DIPLOMATSKA BERBA U JASTREBARSKOM
11.9.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	VEČERNJE VIJESTI	ODRŽANA 10. DIPLOMATSKA BERBA NA PLEŠIVICI
11.9.2025.	HTV 4	TELEVIZIJA	VIJESTI U 8	PREDSJEDNIK MILANOVIĆ SUDJELOVAO JE NA DIPLOMATSKOJ BERBI NA PLEŠIVICI
14.9.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	NEDJELJA	HRVATSKI PRVAK: PRVIH MILIJUN PIZZA NAJTEŽE JE NAPRAVITI, DALJE JE LAKO
16.9.2025.	ZAGORSKI LIST	TISAK	PANORAMA	ODRŽAN INTERREG COOPERATION DAY U JASTREBARSKOM, SUDJELOVAO I RADOBOJ
17.9.2025.	JA TRGOVAC	TISAK	PROMOCIJE	DOBRA GODINA ZA VINARE U središnjoj bregovitoj Hrvatskoj počela je berba grožđa, a vinogradari i vinari slažu se da je riječ o najboljoj berbi u ovom desetljeću, izvijestili su iz udruge vinara Bregovita Hrvatska. Prvi vinogradi u koje su ove godine stigli berači su oni na Plešivici gdje se bere grožđe sorti koje se koriste kao baze za pjenušce. Berači su zasukali rukave i u Hrvatskom zagorju, a na vinogradarsku se godinu ne žale ni ekološki vinari. Nakon berbe vinare Bregovite Hrvatske očekuju pripreme za četvrti B

17.9.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	PREDSJEDNIK I DIPLOMATI KOD JAGUNIĆA NA DIPLOMATSKOJ BERBI
20.9.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	ZAGREB	NA VRHUNSKJE KAPLJICE IDE SE U JASKU DANI VINA OD 26. DO 28. RUJNA
23.9.2025.	NACIONAL	TISAK	GASTRO&WINE	UZ OBITELJSKO NASLIJEĐE I ZNANJE JAGUNIĆI PREDSTAVILI PLEŠIVICU NA DIPLOMATSKOJ BERBI
23.9.2025.	NACIONAL	TISAK	POSEBAN PRILOG	OVDJE JE SRCE TRADICIJE I RITAM BUDUĆNOSTI HRVATSKOG TURIZMA
24.9.2025.	STORY	TISAK	NEWS	YOGA&WINE - SPOJ POKRETA I UŽIKA BOUTIQUE FITNESS STUDIO IN SHAPE I VINARIJA PAVLECIC UDRUŽILI SU KAD SE SNAGA TIJELA I DUH UŽIVANJA SUSRETNU U PRIRODI, NASTAJE ISKUSTVO KOJE SE PAMTI. Upravo takvo bilo je prvo Voga&Vvine druženje u organizaciji Boutique Fitness studija In Shape i Vinarije Pavlečić, održano u Jastrebarskom. U srcu vinograda Pavlečić, tridesetak žena različitih generacija i profesija okupilo se kako bi kroz pokret u prirodi otkrile novu dimenziju brige o sebi.
25.9.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	ZAGREB	NA BUČNICU SE IDE U IVANIĆ, BLIŽI SE I ZELINSKA KESTENIJADA, A NA CESTE SE VRAĆA CROATIA RAUY
27.9.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	VIJESTI MREŽA TV	U JASTREBARSKOM JE U TIJEKU MANIFESTACIJA DANI VINA
27.9.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	DNEVNIK HTV1	SVJETSKI DAN TURIZMA Održivi razvoj i kvalitetno upravljanje destinacijom neke su od tema o kojima su u Dubrovniku raspravljali bivši i aktualni ministri turizma.
28.9.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	NEDJELJA	RAJNSKI RIZLING S PLEŠIVICE DRUKČIJI JE OD DRUGIH Održivi razvoj i kvalitetno upravljanje destinacijom neke su od tema o kojima su u Dubrovniku raspravljali bivši i aktualni ministri turizma.
28.9.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	NEDJELJA	NOVI DOBRI RESTORANI Dobra hrana već 14. sezonu dodjeljuje nagrade i priznanja najboljim restoranima i pojedincima na sceni
28.9.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	NEDJELJA	MALI STON I JASTREBARSKO ŠAMPIONI TURISTIČKE PATROLE Dobitnici nagrada i organizatori 50. jubilarne Turističke patrole Večernjeg lista u Lazaretima, pokraj čuvenih Dubrovačkih zidina
29.9.2025.	NOVI LIST	TISAK	SPORT	FORMULA USPJEHA: KVALITETNI LJUDI I JAKO DOBRA ATMOSFERA Uspjeli smo napraviti logistički »ispravniju« utrku otkad krećemo od juga prema sjeveru. Nije lako u sve to ukomponirati i dva otoka, Pag i Krk. Iz Hrvatske slika ide u 150 država uživo-kaže Miholjević
29.9.2025.	NOVA TV	TELEVIZIJA	IN MAGAZIN	DANI VINA U JASKI

30.9.2025.	HRVATSKI UMIROVLJENIČKI LIST	TISAK	NOVOSTI IZ UDRUGA	JASKANSKI UMIROVLJENICI NA 5. SPORTSKIM SUSRETIMA UMIROVLJENIKA U POKUPSKOM
30.9.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	JUTARNJI 2	NAJBOLJI RESTORANI U ZEMLJI SU SPLITSKI DVOR, BOŠKINA, VILLA ROVA I FOGO BY BEKAI - SPOMINJU SE PLEŠIVIČKI VINARI
30.9.2025.	ŽUPANIJSKA KRONIKA	TISAK	/	RITAM JESENI ISPUNJEN BOJAMA, MIRISIMA I DOŽIVLJAJIMA ODRŽIVA TURISTIČKA DESTINACIJA SPOJ BAŠTINE, PRIRODE I SUVREMENOSTI
1.10.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	DANI VINA U PERIVOJU: "OVDJE SE PIJU NAJBOLJA VINA I PJENUŠCI" Sve je započelo predstavljanjem u Esplanadi, gdje je Lucija Matijević ponudila vintage pjenušce Plešivtce, Manuela Plohi predstavila je svijet plešivičke vinske diplomacije, a Kristijan Harjač neka od najboljih crnih vina
1.10.2025.	OTV	TELEVIZIJA	SERBUS ZAGREB	MANIFESTACIJA DANI VINA U JASTREBARSKOM USMJERENA JE NA PROMICANJE VINSKE KULTURE I BOGATE ENO-GASTRONOMSKE PONUDE
2.10.2025.	LOKALNA HRVATSKA	TISAK	/	NARODNA GLAZBA VELA LUKA U JASTREBARSKOM
2.10.2025.	JUTARNJI LIST - DOBRA HRANA	TISAK	/	DOBRI RESTORANI
2.10.2025.	JUTARNJI LIST - DOBRA HRANA	TISAK	/	BIJELE SORTE
3.10.2025.	ZADARSKI LIST	TISAK	PLODOVI ZEMLJE I MORA	DESET GODINA DIPLOMATSKJE BERBE: PLEŠIVICA PONOVO SPOJILA TRADICIJU I DIPLOMACIJU
3.10.2025.	GLAS ISTRE	TISAK	PLODOVI ZEMLJE I MORA	DESET GODINA DIPLOMATSKJE BERBE: PLEŠIVICA PONOVO SPOJILA TRADICIJU I DIPLOMACIJU
4.10.2025.	KAJKAVSKE KRONIKE	TISAK	KULTURA	TRAJE 6. IZADNJE KAZALIŠNOG FESTIVALA 'HUMSKI DANI GLUME'
5.10.2025.	SLOBODNA DALMACIJA	TISAK	SPORT	UJUTRO SAM MISLIO KAKO NEĆU 'PREŽIVJETI USPON' NOVA POBJEDA FRANCUZA MAGNIERA NA CRO RACEU:
9.10.2025.	VIJENAC	TISAK	MATICA HRVATSKA	SUSRET U ČAST HRVATSKIM KRALJEVIMA JASTREBARSKO- POETSKOGLAZBENI PROGRAM
11.10.2025.	DUBROVAČKI VJESNIK	TISAK	KORČULA	VELOLUČKI GLAZBARI U JASTREBARSKOM NASTUP NA DANIMA VINA
11.10.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	ZAGREB	VIA VINO UZ PROMOCIJU EU PROJEKTA
11.10.2025.	NOVI LIST	TISAK	/	DESETLJEČE DIPLOMATSKJE BERBE
15.10.2025.	GOSPODARSKI LIST	TISAK	/	ODRŽANI DANI VINA U JASTREBARSKOM
16.10.2025.	HTV 2	TELEVIZIJA	FINO I VINO	FESTIVAL VINA I DOBRE ZABAVE - VIA VINO
19.10.2025.	NOVI LIST	TISAK	NEDJELJA	GDJE BREGE LJUBE VINOGRADI, A VINO PAMTI OBITELJSKO IME Pred BregFest kod vinara Bregovite Hrvatske
20.10.2025.	VINSKE ZVIJEZDE	TISAK	/	DRAGO, DRAGICA I DAMIR REŽEK ČUVARI TRADICIJE PLEŠIVICE

23.10.2025.	VIJENAC	TISAK	GLAZBA	MALI FESTIVALI VELIKIH ŽELJA Od Lučkog i Stupnika do Jastrebarskog područje je koje je donedavno na kulturnoj karti bilo slabo označeno. Situacija se, međutim, mijenja
25.10.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	VIJESTI MREŽA TV	GRAD JASTREBARSKO JE DOMAĆIN PRVENSTVA HRVATSKE U KARATEU ZA MLAĐE UZRASTE U BORBAMA POJEDINAČNO
26.10.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	/	PLAVEC ŽUTI - OD UGROŽENE SORTE, TIK PRED IZUMIRANJEM, DO NEZAMJENJIVOG DIJELA NAJBOLJIH PJENUŠACA PLEŠIVICE I BIZELJSKOG
27.10.2025.	HTV 1	TELEVIZIJA	PODNEVNI DNEVNIK	FESTIVAL VINA BREGOVITE HRVATSKE
29.10.2025.	JUTARNJI LIST - NEXT 25	TISAK	/	BOGATE TURISTE S DALEKIH TRŽIŠTA NE ZANIMAJU GRANICE
31.10.2025.	POSLOVNI DNEVNIK	TISAK	SVIJET	UMJETNOST SOMMELIERSTVA I EKSPLOZIJA PJENUŠAVIH VINA
31.10.2025.	24 SATA	TISAK	NEWS	SVI U JASKU NA PJENUŠAC! Drugi Sparkling Wine Fest Croatia posjetite 7. i 8. studenoga u Princess centru u Jastrebarskom. Sudjeluje 26 izlagača iz Hrvatske, a ukupno će se moći kušati više od 80 različitih hrvatskih pjenušaca i više od 15 svjetskih etiketa.
5.11.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	NA SPARKLING WINE FEŠTU 26 IZLAGAČA IZ HRVATSKE I 15 SVJETSKIH ETIKETA
7.11.2025.	MREŽA TV ZG	TELEVIZIJA	VIJESTI MREŽA TV	SVEČANO OTVOREN SPARKLING WINE FEST
7.11.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	ZAGREB	OSAM DANA MARTINJA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJI UZ BOGAT PROGRAM
7.11.2025.	TOP RADIO	RADIO	TOP CENTRAL	MARTINJE U JASTREBARSKOM
12.11.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	USKORO POČINJE GRADNJA ATLETSKE STAZE U JASTREBARSKOM
12.11.2025.	MINERAL & GRADNJA	TISAK	/	OBNOVA DVORCA ERDODY: NAJTEŽA JE BILA FAZA RAZGRADNJE URUŠENIH DIJELOVA
13.11.2025.	OTV	TELEVIZIJA	SERBUS ZAGREB	DAN GRADA JASTREBARSKOG OBILJEŽEN JE SVEČANOM SJEDNICOM GRADSKOG VIJEĆA
13.11.2025.	BLUE TV	TELEVIZIJA	VIJESTI BLUE TV	OBILJEŽEN DAN GRADA JASTREBARSKOG
13.11.2025.	HTV 2	TELEVIZIJA	FINO I VINO	SPARKLING WINE FESTIVAL U JASTREBARSKOM
15.11.2025.	GOSPODARSKI LIST	TISAK	AKTUALNE TEME	NA 4. BRERGFESTU PREDSTAVLJENO 400 VINA BREGOVITE HRVATSKE
18.11.2025.	OTV	TELEVIZIJA	SERBUS ZAGREB	ADVENTI STARTAJU 29. STUDENOG NA PODRUČJU SAMOBORA I JASTREBARSKOG KOJI ĆE SE OVE GODINE DODATNO POTRUDITI S NOVIM SADRŽAJEM
20.11.2025.	LOKALNA HRVATSKA	TISAK	/	OTVOREN OBNOVLJENI GRADSKI MUZEJ JASTREBARSKO
21.11.2025.	TOP RADIO	RADIO	TOP CENTRAL	DVIJE GODINE NAKON OBNOVE OD POTRESA, OTVOREN JE GRADSKI MUZEJ JASTREBARSKO

22.11.2025.	BLUE TV	TELEVIZIJA	VIJESTI BLUE TV	NAKON TEMELJITE OBNOVE OD POTRESA, OTVOREN JE GRADSKI MUZEJ JASTREBARSKO
22.11.2025.	OTV	TELEVIZIJA	SERBUS ZAGREB	NAKON TEMELJITE OBNOVE OD POTRESA, OTVOREN JE GRADSKI MUZEJ JASTREBARSKO
26.11.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	LOKALNI.HR	NAKON DVIJE GODINE OTVOREN TEMELJITO OBNOVLJEN GRADSKI MUZEJ JASTREBARSKO
27.11.2025.	VEČERNJI LIST	TISAK	ZAGREB	ZIMSKI CAJTI U SVETOJ NEDELJI, NAJSLAĐI ADVENT U ZAPREŠIĆU
30.11.2025.	ŽUPANIJSKA KRONIKA	TISAK	/	DAN GRADA POSVEĆEN 'MALIM' LJUDIMA KOJI DAJU DOPRINOS NJEGOVU RAZVOJU Jastrebarsko 13. studenoga proslavilo Dan grada
30.11.2025.	ŽUPANIJSKA KRONIKA	TISAK	/	ADVENT U ŽUPANIJU
30.11.2025.	ŽUPANIJSKA KRONIKA	TISAK	/	OTVORENA OBNOVLJENA ZGRADA GRADSKOG MUZEJA U JASTREBARSKOM
30.11.2025.	ŽUPANIJSKA KRONIKA	TISAK	/	POČINJE GRADNJA ATLETSKE STAZE UZ OSNOVNU ŠKOLU 'LJUBO BABIĆ' U JASKI
30.11.2025.	REPORTER	TISAK	/	NAŠA LOZA Zagrebačka županija ima 200 vinara i vinske ceste..
30.11.2025.	ŽUPANIJSKA KRONIKA	TISAK	/	MOŠTEK SE SPAMETIL I KRSTIL VU VINO VINSKI BISKUPI, GLAZBENI PROGRAM, PRIKAZ NARODNIH OBIČAJA. DUBOKO JE OVA TRADICIJA UKORIJEJENJENA U PROSTOR ZAGREBAČKE ŽUPANIJE
7.12.2025.	HTV 4	TELEVIZIJA	STUDIO 4	GOSTOVANJE POVODOM DONACIJE VIŠE OD ČETIRI STOTINE RADOVA GRADSKOM MUZEJU JASTREBARSKO
9.12.2025.	VINSKE ZVIJEZDE	TISAK	/	HRVATSKE REGIJE SVE SNAŽNIJE RAZVIJAJU VINSKI TURIZAM KAO PUT PREMA TURIZMU 365
9.12.2025.	VINSKE ZVIJEZDE	TISAK	/	PLEŠIVICA - NAJMANJA VINSKA REGIJA KOJA STVARA NAJVEĆA PJENUŠAVA IZNENAĐENJA
9.12.2025.	NACIONAL	TISAK	GASTRO&WINE	ADVENTSKA ČAROLIJA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE 2025.
9.12.2025.	NACIONAL	TISAK	GASTRO&WINE	BOŽIĆ NA RANČU UZ OKUSE SAMOBORSKOG KRAJA
9.12.2025.	GLAS ISTRE	TISAK	JESEN U ISTRI	OKUSI REGIJE U REŽIJI VRHUNSKIH CHEFOVA
23.12.2025.	24 SATA	TISAK	ŽIVOT	NAŠI OBRTNICI STVARAJU UNIKATNE DAROVE S PRIČOM Tražite božićni poklon koji nosi osobni pečat? Obrtnici iz Zagreba i okolice stvaraju rukotvorine koje spajaju ljepotu, kvalitetu i originalnost
28.12.2025.	SLOBODNA DALMACIJA	TISAK	NEDJELJA	RUŽIČASTI UZ SKAMPE, 'DOUX' UZ KOLAČE
28.12.2025.	JUTARNJI LIST	TISAK	/	30 PJENUŠACA: KOJI ĆE U VAŠU ČAŠU?
31.12.2025.	24 SATA	TISAK	ŽIVOT	ZA DOČEK NAJVIŠE PAŠU PJENUŠCI S PLEŠIVICE

Analiza medijske prisutnosti u 2025. godini

Tijekom 2025. godine ostvarena je značajna medijska pokrivenost s ukupno 236 objava. Najveći udio čine objave u tiskanim medijima (153 objave), što potvrđuje snažnu prisutnost destinacije u dnevnim novinama, specijaliziranim izdanjima i tematskim publikacijama. Tiskani mediji i dalje predstavljaju važan kanal za promociju eno-gastro ponude, manifestacija i turističkih posebnosti.

Televizijske objave (ukupno 73) zauzimaju drugo mjesto po zastupljenosti, što ukazuje na dobru prisutnost u informativnim, lifestyle i specijaliziranim emisijama. Televizijski nastupi posebno su važni zbog vizualnog prikaza destinacije, čime se dodatno jača percepcija atraktivnosti Jastrebarskog i okolice.

Radijske objave (9 evidentiranih gostovanja i priloga) doprinijele su dodatnom doseg, osobito u kontekstu najave događanja, vinskih manifestacija i sezonskih aktivnosti.

Analizom pojedinačnih medija vidljivo je da je najveći broj objava ostvaren u Večernjem listu (41 objava), što ga čini najzastupljenijim medijem u 2025. godini. Slijede Jutarnji list i HTV 1 (po 13 objava), zatim Nova TV (11 objava) te niz regionalnih i specijaliziranih medija poput Mreže TV, OTV-a, Hrvatskog radija, Novog lista i vinskih specijaliziranih publikacija.

Posebno je važno istaknuti prisutnost u specijaliziranim eno-gastro medijima i vinskim izvještajima, što potvrđuje snažno pozicioniranje destinacije kao relevantne vinske i gastronomske regije.

Ukupan broj objava i raznolikost medijskih kanala potvrđuju stabilnu i strateški vođenu PR aktivnost tijekom 2025. godine te kontinuirano jačanje brenda destinacije u javnom prostoru

INTEGRALNO UPRAVLJANJE KVALITETOM U TURIZMU

U vidu istraživanja, Turistička zajednica kontinuirano prati aktivnosti po strateškim dokumentima s toga je u rujnu 2022. godine potpisan ugovor za upravljanje kvalitetom u destinaciji. Turistička zajednica Grada Jastrebarskog u suradnji s tvrtkom Feel IQM d.o.o. započela je s provođenjem projekta Integralnog upravljanja kvalitetom. Projekt IQM Destination JASTREBARSKO ima za cilj poticanje na izvrsnost, integriranje lokalnih proizvoda u turizam, razvoj destinacijskih proizvoda, mjerenje kvalitete usluge i proizvoda u cijeloj destinaciji. Naglasak je na povezivanju subjekata kako bi gostima pružili najbolju uslugu, promovirali kvalitetu Jastrebarskog i poticali na izvrsnost. IQM sustavno i kontinuirano provodi monitoring, prati razvoj kvalitete, savjetuje kako unaprijediti destinacijsku kvalitetu i promiče integriranost, lokalnu autohtonu priču, domaće kvalitetne proizvode, kulturu destinacije i stavlja u fokus kvalitetu i gosta koji destinaciju doživljava u cijelosti. U projekt IQM Destination JASTREBARSKO mogu se uključiti svi koji svojim radom doprinose razvoju i kvaliteti turizma (ugostiteljski objekti, hoteli, privatni iznajmljivači, OPG-i, udruge, turističke agencije, atrakcije i dr.).

Dodjela prizanja za kvalitetu

U sklopu projekta IQM Destination, tim Feel IQM-a je u travnju 2025. godine prisustvovao dodjeli priznanja za kvalitetu u turizmu, čime je dodatno potvrđena važnost sustavnog upravljanja kvalitetom i kontinuiran rad na unaprjeđenju turističke ponude destinacije.

Online reputacija destinacije

Mjerenje online reputacije pokazuje da Jastrebarsko ostvaruje iznimno visoku razinu zadovoljstva gostiju, s ukupnom ocjenom od 94/100, temeljenom na 4.299 recenzija. U odnosu na prethodnu godinu zabilježen je rast kvalitete veći od 1 %, dok je stopa odgovaranja na recenzije u značajnom porastu te iznosi 45 %, što predstavlja rast od 20%.

Gosti posebno ističu kvalitetu usluge (92/100) i kvalitetu hrane (93/100), što potvrđuje snažnu orijentiranost destinacije prema visokom standardu doživljaja.

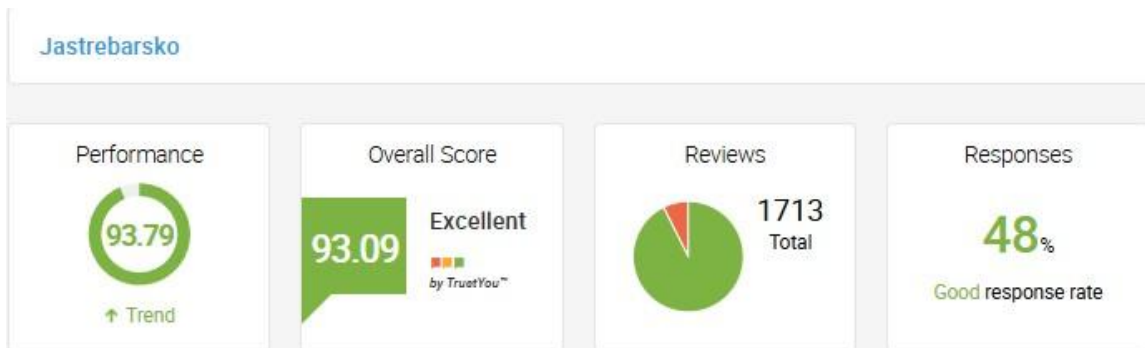
Hotel

Hotel Princess ostvaruje ukupnu ocjenu 94/100, uz vidljiv rast stope odgovaranja na recenzije, koja sada iznosi 61 %. Posebno se ističu segmenti wellnessa, koji je ocijenjen s 98/100, te ugođaj, s 95/100.



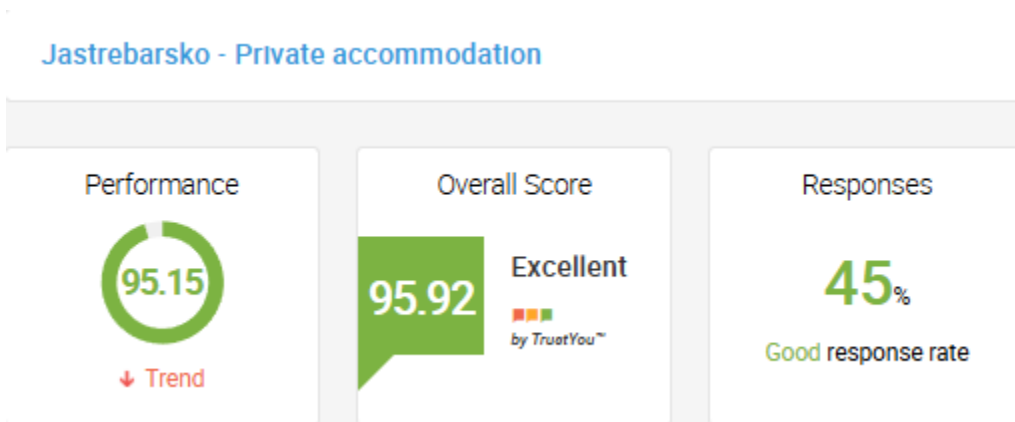
Ugostiteljski objekti

Ugostiteljski objekti ostvaruju visoku ukupnu ocjenu od 94/100, koju prati i kvaliteta hrane s ojenom 93/100. U odnosu na 2024. godinu, stopa odgovaranja na recenzije porasla je za čak 40 %, što predstavlja izvrstan rezultat i pokazuje sve aktivnije uključivanje dionika u komunikaciju s gostima. Broj recenzija povećan je za 10 %, dok je kvaliteta porasla za 3 %, što ukazuje na pozitivan trend ne samo u upravljanju iskustvom gostiju, već i u trudu ugostitelja da goste potaknu na ostavljanje recenzija i dijeljenje svojih doživljaja.



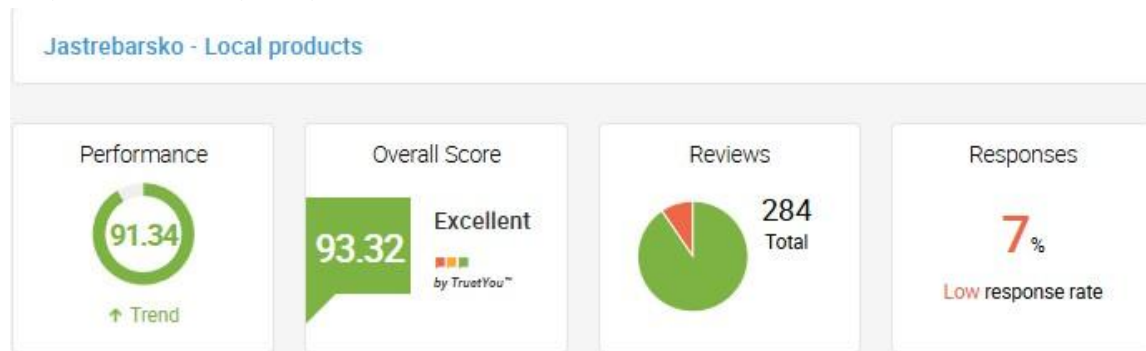
Privatni smještaj

Privatni smještaj bilježi vrlo visoku ocjenu od 95/100, uz vidljiv napredak u odnosu prema gostima i komunikaciji. Stopa odgovaranja na recenzije iznosi 45 %. Gosti posebno ističu ljubaznost domaćina, ocijenjenu s 97/100, dok čistoća ostvaruje visoku ocjenu od 91/100.



Vinari

Vinari ostvaruju ukupnu ocjenu 91/100, uz gotovo 1 % rasta kvalitete. U ovom segmentu prepoznaje se potreba za povećanjem broja recenzija i jačanjem stope odgovaranja, kako bi se dodatno unaprijedila vidljivost i online reputacija.



Atrakcije

Atrakcije ostvaruju ocjenu 90/100. Manji broj recenzija povezan je s činjenicom da glavne atrakcije nisu bile otvorene, što utječe na količinu prikupljenih povratnih informacija.

Turističke agencije

Turističke agencije ostvaruju ocjenu 80/100, temeljenu na svega četiri recenzije, što predstavlja vrlo mali uzorak i ne omogućuje donošenje reprezentativnih zaključaka.

Zaključak

Rezultati online reputacije potvrđuju da Jastrebarsko ostvaruje visoku razinu kvalitete destinacije, uz vidljiv napredak u praćenju online reputacije i sve aktivnije odgovaranje dionika na recenzije gostiju. Pozitivni trendovi jasno ukazuju na učinkovitost dosadašnjih edukacija i aktivnosti usmjerenih na podizanje svijesti o važnosti upravljanja online reputacijom.

Preporučuje se nastaviti s edukacijama i praćenjem online reputacije, s obzirom na ostvarene rezultate, uz poseban naglasak na vinare, koje je potrebno dodatno uključiti u sustavno praćenje online reputacije te educirati o važnosti prikupljanja recenzija i aktivnog odgovaranja na povratne informacije gostiju.

Plan upravljanja destinacijom Jastrebarsko

U okviru aktivnosti vezanih uz izradu Plana upravljanja destinacijom Jastrebarsko, tim Feel IQM-a je u ožujku 2025. godine predstavio planirane aktivnosti i metodologiju rada uoči samog procesa izrade Plana. Tom prilikom održane su fokus grupe s predstavnicima Grada Jastrebarskog, gradskih institucija, članova Turističkog vijeća, ugostitelja, privatnih iznajmljivača, vinara te ostalih turističkih dionika.

Cilj fokus grupa bio je upoznati dionike s postupkom izrade Plana upravljanja, prikupiti njihova mišljenja, prijedloge i ideje te osigurati da njihovi stavovi i potrebe budu kvalitetno obuhvaćeni u završnom dokumentu. Ovakav participativni pristup omogućio je zajedničko definiranje prioriteta i smjernica razvoja destinacije.

Plan upravljanja destinacijom Jastrebarsko usvojen je na sjednici Gradskog vijeća Grada Jastrebarskog 15. prosinca 2025. godine, čime je postavljen strateški okvir za daljnji održivi razvoj turizma u destinaciji.

Ključni segmenti Plana upravljanja Svrha i uloga Plana

Plan upravljanja turizmom Grada Jastrebarskog do 2030. godine predstavlja krovni strateško-operativni dokument za razvoj turizma na području grada i pripadajuće destinacije. Njegova je uloga osigurati koordinirano, održivo i tržišno utemeljeno upravljanje razvojem turizma, uz usklađivanje javnih politika, investicija i aktivnosti dionika. Dokument definira zajedničku viziju, strateške ciljeve, prioritete, ključne projekte i mehanizme provedbe te služi kao referentni okvir za planiranje programa rada i korištenje razvojnih i investicijskih sredstava. Plan je usklađen s nacionalnim i županijskim strateškim dokumentima u području turizma, prostornog uređenja, gospodarstva i zaštite okoliš

Načela razvoja turizma u destinaciji

Razvoj turizma u Jastrebarskom temelji se na sljedećim osnovnim načelima:

- Održivost: Razvoj turizma provodi se uz očuvanje prirodne i kulturne baštine, racionalno korištenje resursa i smanjenje negativnih utjecaja na okoliš, u skladu s načelima održivog i odgovornog turizma.
- Kvaliteta: Naglasak je na kontinuiranom podizanju kvalitete turističkih proizvoda, usluga, infrastrukture i ukupnog doživljaja destinacije, uz uvođenje standarda i sustava upravljanja kvalitetom.
- Pristupačnost: Destinacija teži prostornoj, fizičkoj, cjenovnoj i informacijskoj pristupačnosti, osobito za osobe s invaliditetom, starije osobe, obitelji s djecom i druge ranjive skupine.
- Zadovoljstvo i dobrobit zajednice: Turizam se promatra kao instrument unapređenja kvalitete života lokalnog stanovništva; zadovoljstvo stanovnika i posjetitelja ključni je pokazatelj uspješnosti upravljanja destinacijom.
- Sigurnost i otpornost: Osigurava se visoka razina sigurnosti boravka, kretanja i konzumacije usluga, uz razvoj mehanizama upravljanja rizicima i jačanje otpornosti destinacije na krizne situacije.

Strateški ciljevi razvoja turizma:

Polazeći od resursne osnove, tržišnog položaja i razvojnih potreba, definirani su sljedeći skupni ciljevi:

- Ekonomski cilj: Povećanje ekonomskog učinka turizma kroz rast prihoda, produljenje prosječne duljine boravka, povećanje prosječne potrošnje po gostu te poticanje lokalnog poduzetništva i zapošljavanja u turizmu i povezanim djelatnostima.
- Kulturološki cilj: Očuvanje, interpretacija i promocija kulturne i povijesne baštine Jastrebarskog, razvoj kulturnog i festivalskog turizma te jačanje prepoznatljivog identiteta destinacije.
- Ekološki cilj: Implementacija ekološki prihvatljivih praksi u turističkoj ponudi, poticanje "zelenih" investicija i smanjenje ekološkog otiska destinacije, osobito u segmentu smještaja, mobilnosti i gospodarenja otpadom.
- Socijalni cilj: Povećanje uključenosti lokalnog stanovništva u turističke tokove, poticanje participacije dionika, izgradnja lokalnog ponosa i osiguravanje ravnomjerne prostorne i društvene raspodjele koristi od turizma.
- Infrastrukturni cilj: Unapređenje prometne, komunalne i turističke infrastrukture te javnih sadržaja, s naglaskom na uređenje javnih prostora, razvoj pješačko-biciklističke mreže i povećanje funkcionalnosti destinaci

Strateški razvojni pravci:

Za postizanje navedenih ciljeva definirano je nekoliko međusobno povezanih razvojnih pravaca:

- Digitalna i zelena tranzicija destinacije: Ulaganje u digitalnu infrastrukturu i pametna rješenja (širokopojasne mreže, digitalne platforme, pametni sustavi upravljanja prometom i posjetima) te u energetske učinkovitost i ekološke standarde turističkih objekata.
- Upravljanje kvalitetom i konkurentnošću destinacije: Uspostava integriranog sustava

upravljanja kvalitetom (standardizacija, certifikacija, mjerenje zadovoljstva gostiju i stanovnika) i jačanje konkurentnosti putem diferenciranih proizvoda i brendiranja.

- Diversifikacija turističke ponude: Razvoj i nadogradnja selektivnih oblika turizma – eno-gastro i vinskog turizma, aktivnog i outdoor turizma, kulturnog i događajnog turizma te obiteljskog i boravišnog turizma – utemeljenih na specifičnim resursima Jastrebarskog (vinorodna područja, dvorac Erdödy, Japetić i dr.).
- Cjelogodišnje poslovanje i uravnoteženje sezonalnosti: Stručno planiranje događanja, proizvoda i programa izvan vršne sezone, s ciljem ravnomjernijeg rasporeda turističke potražnje tijekom godine i optimalnog korištenja kapaciteta.
- Razvoj ljudskih potencijala i upravljačkih kapaciteta: Sustavno obrazovanje, osposobljavanje i usavršavanje dionika u turizmu (iznajmljivača, ugostitelja, vinara, vodiča, zaposlenika turističke zajednice i Grada), te jačanje uloge destinacijske menadžment organizacije.
- Partnersko i participativno upravljanje: Uspostava trajnih mehanizama suradnje između Grada Jastrebarskog, Turističke zajednica grada Jastrebarskog, javnih institucija, privatnog sektora i civilnog društva kroz koordinacijska tijela, radne skupine i zajedničke projekte.

Programske mjere – tematski paketi

U skraćenoj verziji Plana mjere se grupiraju u tematske pakete radi preglednosti; detaljna razrada nalazi se u punom dokumentu Plana upravljanja.

Razvoj turističke ponude i proizvoda, razvoj brenda “Jaska”

- Program cjelogodišnjeg razvoja i upravljanja turističkom ponudom destinacije.
- Razvoj tematskih proizvoda (vinski i eno-gastro turizam, aktivni i outdoor sadržaji, kulturne i glazbene manifestacije).
- Integracija kulturnih atrakcija, glazbenog i tradicijskog identiteta u ponudu destinacije.

Smještajni kapaciteti i standardi kvalitete

- Poticanje razvoja manjih tematskih hotela i održivog hotelijerstva.
- Razvoj kamping i glamping kapaciteta kao strateških niša destinacije.
- Uspostava sustava upravljanja kvalitetom i održivim razvojem privatnog smještaja (standardizacija, edukacija, certifikacija).

Eno-gastro i vinski turizam

- Strateški program suradnje s vinarijama i kušaonicama, jačanje vinskog brenda Jastrebarskog.
- Razvoj integriranih eno-gastro ruta i proizvoda (npr. vinske ceste, tematske degustacije, lokalni proizvodi).
- Podrška ključnim eno-gastro manifestacijama (npr. festival pjenušaca i jagoda) u funkciji brendiranja destinacije.

Infrastruktura, mobilnost i pametna rješenja

- Unapređenje prometne i pješačko-biciklističke infrastrukture na razini destinacije.
- Uspostava pametnog sustava upravljanja prometom i parkiralištima.
- Digitalna transformacija turističke destinacije (digitalne platforme, informacijski sustavi, interpretacija u prostoru).

Pristupačnost, uključivost i ljudski potencijali

- Izrada analize i akcijskog plana pristupačnosti turističkih sadržaja i javnih prostora za osobe s invaliditetom i druge ranjive skupine.
- Razvoj edukacijskih programa za turističke kadrove (prodaja, marketing, upravljanje smještajem, eno-gastro, održivost, pristupačnost).
- Jačanje svijesti lokalne zajednice o važnosti turizma i odgovornih praksi.

Ključni projekti u provedbi Plana

Destinacijski i operativni projekti

- Jaska365 – integrirana digitalna platforma grada i destinacije za informiranje, promociju i upravljanje doživljajem posjetitelja.
- EKO standardi za turističke objekte – program uvođenja i praćenja ekoloških standarda u smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima.
- Plešivička cesta pjenušavih vina – tematska vinska ruta koja povezuje vinarije, kušaonice, vinograde i interpretacijske točke.
- Pješački krug autentičnosti – koncept označenih pješačkih ruta koje povezuju ključne prirodne i kulturne atrakcije uz interpretacijske sadržaje.
- Lokalna snaga turizma – program edukacije, mentorstva i podrške lokalnim poduzetnicima u turizmu.
- Festival pjenušaca & jagoda i drugi brendirani događaji – manifestacije s funkcijom jačanja prepoznatljivosti i produljenja sezone.
- Digitalna promocija i komunikacijsko upravljanje destinacijom – sustavnija prisutnost na digitalnim kanalima i ciljano upravljanje imidžom.
- Unaprjeđenje turističke signalizacije i informacijske infrastrukture – standardizirana, dvojezična i digitalno podržana signalizacija.
- Sustav upravljanja kvalitetom u destinaciji – uspostava pokazatelja, redovno anketiranje gostiju i stanovnika te korektivne mjere.

Projekti od posebnog značaja

Projekti od posebnog značaja definirani su kao prioritetne investicije s visokim razvojnim učinkom i potencijalom za sufinanciranje iz nacionalnih i EU izvora:

- Avanturistički park Japetić i obnova planinarskog doma Žitnica u funkciji outdoor i izletničkog turizma.
- Uređenje Strossmayerova trga kao reprezentativnog urbanog središta i

multifunkcionalnog javnog prostora.

- Opremanje dvorca Erdödy multimedijском i uredskom opremom radi stavljanja u funkciju kulture, turizma i javnih programa.
- Izgradnja prometne i pješačko-biciklističke infrastrukture u sjevernom dijelu centra grada.
- Regionalni centar pjenušaca i vina kao ključno čvorište za razvoj vinskog turizma i stručne edukacije.
- Uspostava sustava javnog prijevoza u prigradskim naseljima (1. i 2. faza) radi poboljšanja dostupnosti sadržaja i smanjenja ovisnosti o individualnom prometu.
- Drugi infrastrukturni i društveni projekti koji pridonose ostvarivanju pokazatelja održivosti i kvalitete života.

Model upravljanja i uključivanje dionika

Plan upravljanja polazi od koncepta destinacijskog menadžmenta (DMO pristup), u kojem Turistička zajednica Grada Jastrebarskog, u suradnji s Gradom, preuzima ulogu koordinatora turističkog razvoja. Uspostavljaju se formalni i neformalni mehanizmi sudjelovanja dionika (radne skupine, savjetovanja, javne rasprave, partnerski projekti) kako bi se osiguralo da odluke i prioritete odražavaju interese lokalne zajednice, gospodarstva i posjetitelja. Kontinuirano praćenje provedbe, izvještavanje i revizija mjera ključni su elementi upravljačkog ciklusa.

Učinak Plana na ključne skupine

- Lokalna zajednica: Očekuje se povećanje kvalitete života, uređeniji javni prostori, nove mogućnosti zapošljavanja i poduzetništva te jačanje lokalnog identiteta i ponosa.
- Gospodarski subjekti: Dobivaju jasne razvojne smjernice, dodatnu gospodarsku snagu, prepoznatljive tržišne niše, mogućnosti umrežavanja i pristupa mjerama potpora i sufinanciranja.
- Posjetitelji: Destinacija Jastrebarsko pozicionira se kao uređena, dostupna i sadržajno bogata destinacija s naglaskom na vinskim, eno-gastro, outdoor i kulturnim doživljajima, uz visoku razinu kvalitete i sigurnos

Turistička zajednica u 2023. godini pokrenula je redovite koordinacije sa nositeljima turističke ponude u vidu smještajnih kapaciteta i ugostiteljske ponude – vinare. Cilj koordinacija je međusobno prenošenje informacija, kreiranje dodatne ponude u objektima, distribucija promotivnih materijala, ali i umrežavanje, odnosno upravljanje kvalitetom u turizmu. U Ostvarivanju što brže, bolje komunikacije, ali i praćenje digitalnih trendova, kreirana je **WSP grupa s privatnim iznajmljivačima** kako bi što bolje doprinijeli navedenom cilju.

Osim toga, lokalna zajednica u kolovoz prva u Zagrebačkoj županiji svojim iznajmljivačima osigurala besplatno korištenje mobilne aplikacije mVisitor, uvela je novu aplikaciju namijenjenu olakšanju procesa prijave turista te komunikaciji na razini turističkih zajednica i iznajmljivača. Time se prati i podupire trend otvaranja novih smještajnih objekata na području grada Jastrebarskog kojih je sad već 12 otvorenih u posljednjih 9 mjeseci, a po čemu se Jaska također svrstala na prvo mjesto u Županiji. Na ovaj način nastavlja se digitalizacija procesa u turizmu, a osnovne karakteristike sustava su direktnija i kvalitetnija komunikacija

između TZ-a i iznajmljivača, brža, jednostavnija i digitalizirana prijava gostiju kroz procese preCheck In-a, iznimno user friendly platforma za iznajmljivača i gosta, preusmjeravanje svakog prijavljenog gosta na web sadržaje i aplikacije od interesa TZ-a i grada te približavanje lokalne ponude gostima, kao i jednostavna nadogradnja i tjedno ažuriranje sustava.

Sustav mVisitor sastoji se od tri modula – web aplikacije za turističke zajednice, mobilne aplikacije za iznajmljivače i web aplikacije za online preCheck-In gostiju.

Bitno je napomenuti da je korištenje aplikacije **mVisitor** za iznajmljivače ugovorenih turističkih zajednica potpuno besplatno te je isti usklađen i odobren od strane Hrvatske Turističke Zajednice. Za korištenje mVisitor-a više nije potrebna TAN lista iznajmljivača. Više informacija o samom sustavu moguće je pronaći na web stranici <https://mVisitor.hr>

Sve aktivnosti su međusobno povezane i doprinose što boljoj umreženosti lokalnih dionika s turističkom zajednicom.

Turistička zajednica kontinuirano analizira trendove u broju dolaska i noćenja na području Jastrebarskog putem jedinstvenog sustava za prijavu i odjavu gostiju.

TURISTIČKI REZULTATI U 2025. GODINI.

Od 01.01.2016. godine prijava i odjava gostiju te kontrola naplate turističke pristojbe vrši se putem eVisitor sustava, uz dodatnu opciju prijave i odjave mVisitora, prema tome su kreirani planovi za plan rada Turističke zajednice grada Jastrebarskog, no uslijed neočekivanih povećih turističkih kretanja u 2023.godini, nadmašen je plan turističkog kretanja i prometa za 2024.

Prva tablica daje uvid na rast turističkih rezultata što je sukladno turističkom prometu koji vidljivo raste od 2020. godine do 2023. godine.

Tablica 1: Podatci o ostvarenom turističkom prometu za razdoblje 2020. – 2024.

Vrsta turista	Dolasci 2020.	Noćenja 2020.	Dolasci 2021.	Noćenja 2021.	Dolasci 2022.	Noćenja 2022.	Dolasci 2023.	Noćenja 2023	Dolasci 2024.	Noćenja 2024
Strani	4.529	6.509	8.716	13.670	14.536	23.148	21.836	36.352	25.278	40.221
Domaći	1.862	4.069	3.819	6.136	7.813	12.519	8.922	14.412	9.273	14.940
UKUPNO	6.391	10.578	12.535	19.806	22.349	35.667	30.758	50.764	34.551	55.161

Slijedeća tablica prikazuje planirani broj dolazaka i broj noćenja za 2025. godinu koji je kreiran prema ostvarenim turističkim rezultatima za 2024. godinu, s realizacijom broja dolazaka i noćenja za 2024. godinu, od 1. siječnja 2025. do 31. prosinca 2025.

Tablica 2: Usporedba planiranih turističkih rezultata za 2025. godinu s realizacijom turističkih rezultata u 2025. godini

Vrsta turista	Plan DOLASCI 2025.	Plan NOĆENJA 2025.	Realizacija DOLASCI 2025.	Realizacija NOĆENJA 2025.
Strani	30.000	45.000	27.734	38.746
Domaći	15.000	20.000	9.254	14.370
UKUPNO	45.000	65.000	36.988	53.116

Izvor: eVisitor, 2. ožujka 2026.

Analiza turističkih dolazaka i noćenja u 2025. godini – usporedba s planom

U 2025. godini ostvareno je ukupno 36.988 dolazaka i 53.116 noćenja, što predstavlja realizaciju od približno 82% planiranih dolazaka (plan: 45.000) te 82% planiranih noćenja (plan: 65.000). Ukupno gledano, turistički promet bio je ispod planiranih vrijednosti, no zadržan je stabilan omjer dolazaka i noćenja u odnosu na projekcije.

Strani turisti

Kod stranih turista ostvareno je 27.734 dolazaka u odnosu na planiranih 30.000, što predstavlja realizaciju od oko 92% plana. U segmentu noćenja ostvareno je 38.746 noćenja u odnosu na planiranih 45.000, odnosno približno 86% plana.

Ovi podaci pokazuju da je segment stranih gostiju bio relativno stabilan te je u većoj mjeri ostvario planirane ciljeve u odnosu na domaće tržište. Iako je broj noćenja nešto niži od planiranog, razlika nije značajna te ukazuje na solidnu potražnju s inozemnih tržišta.

Domaći turisti

Kod domaćih turista ostvareno je 9.254 dolazaka u odnosu na planiranih 15.000, što iznosi oko 62% plana. U noćenjima je realizirano 14.370 noćenja u odnosu na planiranih 20.000, odnosno oko 72% plana.

Vidljivo je da je najveće odstupanje od plana zabilježeno upravo u segmentu domaćih gostiju, osobito u broju dolazaka. To upućuje na smanjenu dinamiku domaćih putovanja u odnosu na očekivanja ili na promjene u navikama domaćih gostiju (kraći boravci, jednodnevni izleti bez noćenja i sl.).

Struktura i zaključci

Strani gosti čine približno 75% ukupnih dolazaka i oko 73% ukupnih noćenja, što potvrđuje da međunarodno tržište nosi glavninu turističkog prometa destinacije.

Ukupno odstupanje od plana primarno je rezultat slabije realizacije domaćeg tržišta, dok je segment stranih gostiju ostvario rezultate blizu planiranih vrijednosti. Unatoč manjem ostvarenju u odnosu na plan, ukupni turistički promet pokazuje stabilnost te potvrđuje važnost daljnjeg jačanja promotivnih aktivnosti, posebice usmjerenih na domaće tržište i poticanje duljeg boravka.

Usporedba realizacije 2025. i 2024. godine

Ukupni rezultati

U 2025. godini ostvareno je 36.988 dolazaka i 53.116 noćenja, dok je u 2024. godini ostvareno 34.551 dolazaka i 55.161 noćenje.

Usporedno gledano:

- Dolasci su porasli za 2.437, što predstavlja rast od približno 7,1% u odnosu na 2024. godinu.
- Noćenja su smanjena za 2.045, odnosno zabilježen je pad od približno 3,7%.

Ovi podaci ukazuju na povećanje interesa i veću frekvenciju dolazaka, ali uz istovremeno kraći prosječni boravak gostiju.

Strani turisti

- 2024.: 25.278 dolazaka | 40.221 noćenje
- 2025.: 27.734 dolazaka | 38.746 noćenja

Promjene:

- Rast dolazaka za 2.456 (+9,7%)
- Pad noćenja za 1.475 (-3,7%)

Zaključno, broj stranih gostiju je značajno porastao, no ostvareno je manje noćenja nego prethodne godine, što upućuje na trend kraćih boravaka.

Domaći turisti

- 2024.: 9.273 dolazaka | 14.940 noćenja
- 2025.: 9.254 dolazaka | 14.370 noćenja

Promjene:

- Blagi pad dolazaka za 19 gostiju (-0,2%)
- Pad noćenja za 570 (-3,8%)

Kod domaćih gostiju broj dolazaka ostao je gotovo na istoj razini, dok je zabilježen umjeren pad noćenja.

Prosječna duljina boravka

- 2024.: 55.161 noćenja / 34.551 dolazaka = 1,60 dana
- 2025.: 53.116 noćenja / 36.988 dolazaka = 1,44 dana

Prosječna duljina boravka smanjena je s 1,6 na 1,4 dana, što potvrđuje trend kraćih posjeta i većeg udjela jednodnevnih ili kratkih boravaka.

Godina 2025. donijela je rast ukupnog broja dolazaka, posebno u segmentu stranih gostiju, što potvrđuje povećanu prepoznatljivost destinacije. Međutim, istovremeno je zabilježen pad ukupnog broja noćenja i skraćivanje prosječnog boravka.

Trend ukazuje na: jačanje atraktivnosti destinacije za kraće boravke i vikend putovanja, potrebu daljnjeg razvoja sadržaja koji potiču dulji ostanak, potencijal za dodatno pozicioniranje destinacije kao višednevne eno-gastro i outdoor destinacije.

Identifikacija ključnih trendova

rast stranih turista nastavlja se snažnijim tempom od domaćeg segmenta, što potvrđuje potrebu za usmjeravanjem promocije na inozemna tržišta. Strani posjetitelji pokazuju veće interesiranje i potrošnju, što može značiti da su promocijske kampanje i razvoj turističkih proizvoda uspješno privukli ciljane goste.

Preporuke za daljnji razvoj turizma

S obzirom na ove podatke, postoji nekoliko smjerova u kojima bi se moglo djelovati kako bi se dodatno poboljšali turistički rezultati:

1. **Jačanje domaćeg turizma** – Potrebno je provesti ciljane marketinške kampanje i kreirati posebne ponude kako bi se povećao interes domaćih gostiju. Popusti za duže boravke, paket-aranžmani i promotivne akcije mogu pomoći u povećanju noćenja.
2. **Produženje prosječnog boravka turista** – Razvoj dodatnih sadržaja, kulturnih i gastronomskih manifestacija te prirodnih atrakcija može motivirati turiste da ostanu dulje.
3. **Praćenje potrošnje i preferencija turista** – Dodatne analize mogu otkriti što turisti najviše traže i kako prilagoditi ponudu njihovim očekivanjima.

Turistički rezultati za 2025. godinu pokazuju općenito pozitivan trend rasta dolazaka i noćenja, no istovremeno ukazuju na izazove u segmentu domaćih gostiju i trajanja boravka. Strani turisti i dalje predstavljaju ključni segment tržišta, dok je za domaće turiste potrebno osmisliti dodatne poticaje. Planirani ciljevi su gotovo ostvareni, ali postoji prostor za poboljšanja kroz produženje boravka, diversifikaciju ponude i jačanje promocije izvan ljetne sezone. U konačnici, kontinuirano praćenje turističkih pokazatelja omogućit će bolje planiranje i dugoročan razvoj održivog turizma u destinaciji.

Na dan 31. prosinca 2025. na području Jastrebarskog, 66 obveznika su komercijalizirana, odnosno aktivno posluje, dok ostali 17 su nekomercijalni smještaji, odnosno vikendaši. Ukupno je 83 obveznika, a 66 objekata su otvorena. Ukupno 66 smještajna objekta s ukupnim raspoloživim kapacitetom od 734 kreveta (649 glavnih kreveta te 85 pomoćna kreveta).

Nadalje u 2025. godini, u sustavu E-visitor otvoreno je još 15 novih smještajnih kapaciteta čiji se trend nastavlja od 2021. godine. Inače nekada bio rezultat nekoliko godina poslovanja i motivacije lokalnih stanovnika, i stranih interesenata. Izrađenim prethodnim analizama proteklih razdoblja i planiranim aktivnostima za 2024. godinu, vizija strategije razvoja turizma do 2030. godine sa 700 kreveta je ostvarena. 15 novih obveznika ima 61 glavnih kreveta te 23 pomoćna kreveta, što čini povećanje u 2024. godini za 84 nova kreveta.

OZNAKE LOCAL HOST

Oznaka Local Host dodjeljuje se privatnim iznajmljivačima koji svojim gostima pružaju autentično i kvalitetno iskustvo boravka u destinaciji te aktivno doprinose promociji lokalne zajednice, tradicije i ponude. Nositelji ove oznake ističu se gostoljubivošću, brigom o gostima, informiranjem o lokalnim sadržajima i uključivanjem elemenata lokalnog identiteta u svoju turističku ponudu. U 2025. godini oznaku Local Host na području destinacije dobili su: Kuća za odmor Bajka i Čarolija, Wine House Panorama, Kuća za odmor La Štu, Apartmani Jastreb, Mountain Villa Carin te Mountain Lodger House.

Tablica 3: Popis novootvorenih smještajnih objekata

Naziv objekta	Vrsta objekta	Kategorija objekta	Adresa objekta	Smještajni kapacitet - broj kreveta	Smještajni kapacitet - broj pomoćnih kreveta
APARTMAN GRUNTT 81	Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu) / Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	3 sunca	Plešivica 81 , Plešivica	2	2
NATURE PARK RESIDENCE	Objekti u domaćinstvu / Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	PALJUGI 16, Paljugi	9	1
NATURA	Objekti u domaćinstvu / Objekti u domaćinstvu	5 zvjezdica	PLEŠIVICA 45D, Plešivica	7	1
Ruralna kuća za odmor Jurinkovica	Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) / Kuća za odmor	3 sunca	Brebrovac 50 , Brebrovac	2	2
				20	6

Tablica 4: Prikaz ostvarenih turističkih rezultata po emitivnim tržištima u 2025. godini

Država	Dolasci	Noćenja	Broj turista
Koreja, Republika	5.734	5.777	5.734
Njemačka	2.898	5.404	2.901
Poljska	2.195	2.709	2.195
Kina	2.394	2.411	2.394
Italija	689	2.062	693
Austrija	1.533	2.006	1.538
Nizozemska	595	1.501	595
Češka	1.208	1.426	1.208
Bosna i Hercegovina	744	1.193	748
Mađarska	804	1.166	804

Izvor: eVisitor, 3. ožujka 2025.

Tablica prikazuje ostvareni broj dolazaka i broj noćenja u 2025. godini po glavnim emitivnim tržištima. Od 2021. godini glavno emotivno tržište je bila Njemačka čiji se trend nastavlja posljednjih dvije godine, dok se u 2025. godini ponovno vratila Republika Koreja na najveće emitivno tržište.

Tablica 5. Privatni smještaj koji je ostvario najbolje rezultate u 2025. godini:

Kuće za odmor

Naziv objekta Noćenja Dolasci

Kaja	1299	304
Canolle	721	215
Čarolija	711	411
Bajka	557	357
Vlaškovec	457	168
Villa Plešivica	417	134

Ruralne kuće za odmor

Naziv objekta Noćenja

Deja View	534
Lipa	339
Eva	234

Rezultati za 2025. godinu pokazuju razlike u ostvarenom broju noćenja i dolazaka između pojedinih objekata u kategorijama ruralnih kuća i kuća za odmor.

U kategoriji ruralnih kuća najuspješniji rezultat ostvario je objekt *Deja View* s ukupno 534 noćenja. Slijedi objekt *Lipa* s 339 noćenja, dok je na trećem mjestu objekt *Eva* s 234 noćenja. Vidljivo je da *Deja View* značajno prednjači u odnosu na ostale objekte u ovoj kategoriji, dok su rezultati objekata *Lipa* i *Eva* osjetno niži.

U kategoriji kuća za odmor najveći ukupni rezultat ostvario je objekt *Kaja* s 1299 noćenja i 304 dolaska, čime se jasno izdvaja od ostalih objekata. Na drugom mjestu nalazi se objekt *Čarolija* s 711 noćenja i 411 dolazaka, pri čemu upravo ovaj objekt ima najveći broj dolazaka u kategoriji. Slijedi *Canolle* sa 721 noćenjem i 215 dolazaka, zatim *Bajka* s 557 noćenja i 357 dolazaka. Niže rezultate ostvarili su *Vlaškovec* s 457 noćenja i 168 dolazaka te *Villa Plešivica* s 417 noćenja i 134 dolaska.

Općenito gledano, rezultati pokazuju da se u obje kategorije izdvajaju pojedini objekti s izrazito boljim rezultatima. U kategoriji ruralnih kuća to je *Deja View*, dok u kategoriji kuća za odmor dominira objekt *Kaja*. Ostali objekti ostvaruju umjerene do niže rezultate u odnosu na vodeće objekte u svojim kategorijama.

OSTVARENI PRIHOD OD TURISTIČKE PRISTOJBE u 2025. godini:

Tablica 6. Prihod od turističke pristojbe u periodu 2019 – 2025 (iznosi u eurima)

	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	2025.
Prihod od turističke pristojbe u eurima	14.742,82	4.756,54	7.280,18	18.161,38	24.650,41	30.087,00	34.798,36

Iz tablice je vidljivo povećanje prihoda od turističke pristojbe u Jastrebarskom od 2019.g. Rast prihoda turističke pristojbe je zahvaljujući vrlo uspješnom poslovanju novog Hotela Princess koji je započeo s radom početkom 2018. godine. Pozitivan trend rasta nastavlja sve do danas godini zahvaljujući i uspjesima Hotela Princess, ali kao i otvorenju dodatnih smještajnih oblika u vrsti: apartmani, kuće za odmor. U 2025. godini iznos turističke pristojbe sukladan je ostvarenim turističkim rezultatima.

TOP 5 najvažnijih aktivnosti i postignuća u 2025. godini

1. Proglašenje Jastrebarskog najboljom kontinentalnom destinacijom u Republici Hrvatskoj

U 2025. godini Jastrebarsko je proglašeno **najboljom kontinentalnom destinacijom**, čime je potvrđen višegodišnji sustavan rad na razvoju eno-gastro, outdoor i manifestacijske ponude. Ovo priznanje dodatno je ojačalo prepoznatljivost destinacije na nacionalnoj razini te potvrdilo kvalitetu turističke strategije i brendiranja.

2. Usvajanje Plana upravljanja destinacijom

Tijekom prosinca 2025. usvojen je **Plan upravljanja destinacijom**, strateški dokument koji definira smjernice održivog razvoja turizma, upravljanje resursima, ravnotežu između lokalne zajednice i turističkog razvoja te dugoročne ciljeve pozicioniranja Jastrebarskog kao kvalitetne i odgovorne kontinentalne destinacije.

3. Razvoj novih suvenira – ručnik i „stopera“

U cilju jačanja identiteta destinacije razvijeni su novi promotivni suveniri – **ručnik** i **„stopera“**, koji doprinose prepoznatljivosti brenda i nude dodatnu promotivnu vrijednost kroz funkcionalne i vizualno prepoznatljive proizvode povezane s imidžem aktivne i vinske destinacije.

4. Ključne manifestacije – Festival pjenušaca i jagoda, Dani vina i Diplomatska berba

Manifestacijski segment i dalje predstavlja snažan temelj turističke ponude.

- **Festival pjenušaca i jagoda** dodatno je učvrstio poziciju Plešivice kao hrvatske regije pjenušaca.
- **Dani vina** nastavljaju tradiciju vinske kulture i okupljanja vinara, lokalne zajednice i posjetitelja.
- **Diplomatska berba** potvrdila je međunarodnu vidljivost i prestiž vinske scene Jastrebarskog.

Ove manifestacije značajno doprinose medijskoj vidljivosti, dolascima gostiju i jačanju eno-gastro identiteta destinacije, a ostale manifestacije doprinose cjelogodišnjoj prepoznatljivosti i akativnosti.

5. Zadržavanje Michelinove oznake i snažna uloga hotela Princess

Restoran **Korak**, pod vodstvom chefa Bernarda Koraka, ponovno je zadržao Michelinovu oznaku, čime je potvrđena visoka razina gastronomske izvrsnosti i kontinuirana kvaliteta plešivičke fine dining scene. Istovremeno, **Hotel Princess** nastavlja biti jedan od ključnih nositelja turističkog prometa u destinaciji, s najvećim udjelom u smještajnim kapacitetima i značajnim doprinosom ukupnim dolascima i noćenjima.

Ovih pet aktivnosti obilježilo je 2025. godinu te dodatno učvrstilo poziciju Jastrebarskog kao vodeće kontinentalne eno-gastro i manifestacijske destinacije.

Godina 2025. bila je vrlo uspješna, obilježena snažnim omjerom kreativnosti i realizacije, pokretanjem novih projekata jačanja destinacijskog brenda (poput „Oko Jaske“ i suradnje s Putnim Koferom), kvalitetnim promotivnim i prezentacijskim aktivnostima te kontinuiranim unapređenjem vizualnog identiteta i uređenja grada.

Ostale aktivnosti:

- **Održavanje redovitih sjednica Turističkog vijeća i Skupštine**
- Redovite koodinacije s Predsjednikom Turističke zajednice Grada Jastrebarskog
- Redovite koordinacije sa sustavom turističkih zajednica Zagrebačke županije
- Prijedlog mišljenja o visini turističke pristojbe za 2027. godine na području Jastrebarskog
- Izvršavanje Odluka i Zaključaka Turističkog vijeća i Skupštine Turističke zajednice Grada Jastrebarskog
- Sudjelovanje u projektnim zadacima

Pripremila: Petra Masnec

Direktorica Turističke zajednice grada Jastrebarskog

Zvonimir Novosel, dipl.ing,

Predsjednik Turističke zajednica grada Jastrebarskog

